



Documento de Registro de Acciones
Anexo I del Reglamento (CE) N° 809/2004 de la Comisión de 29 de Abril de 2004

INDO INTERNACIONAL, S.A.

El presente Documento de Registro de Acciones ha sido inscrito en los registros de la Comisión Nacional del Mercado de Valores con fecha 3 de junio de 2008.

ÍNDICE

I. PRIMERA PARTE

FACTORES DE RIESGO LIGADOS AL EMISOR

II. SEGUNDA PARTE

1. PERSONAS RESPONSABLES.

2. AUDITORES DE CUENTAS.

3. INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

3.1. Información financiera seleccionada relativa al emisor.

3.2. Información financiera seleccionada relativa a periodos intermedios.

4. FACTORES DE RIESGO.

5. INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR

5.1. Historia y evolución del emisor.

5.2. Inversiones.

6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

6.1. Actividades principales.

6.2. Mercados principales.

6.3. Factores excepcionales.

6.4. Información sucinta relativa al grado de dependencia del emisor de patentes o licencias, contratos industriales, mercantiles o financieros, o de nuevos procesos de fabricación.

6.5. Declaración efectuada por el emisor relativa a su competitividad.

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

7.1. Si el emisor es parte de un grupo, una breve descripción del grupo y la posición del emisor en el grupo.

7.2. Lista de las filiales significativas del emisor, incluido el nombre, el país de constitución o residencia, la proporción de interés de propiedad y, si es diferente, su proporción de derechos de voto.

8. PROPIEDAD, INSTALACIONES Y EQUIPO

8.1. Información relativa a todo inmovilizado material tangible existente o previsto, incluidas las propiedades arrendadas, y cualquier gravamen importante al respecto.

8.2. Descripción de cualquier aspecto medioambiental que pueda afectar al uso por el emisor del inmovilizado material tangible.

9. ESTUDIO Y PERSPECTIVAS OPERATIVAS Y FINANCIERAS

9.1. Situación financiera.

9.2. Resultados de explotación.

10. RECURSOS DE CAPITAL

- 10.1. Información relativa a los recursos de capital del emisor (a corto y a largo plazo).
- 10.2. Explicación de las fuentes y cantidades y descripción narrativa de los flujos de tesorería del emisor.
- 10.3. Información sobre los requisitos de préstamo y la estructura de financiación del emisor.
- 10.4. Información relativa a cualquier restricción sobre el uso de los recursos de capital que, directa o indirectamente, haya afectado o pudiera afectar de manera importante a las operaciones del emisor.
- 10.5. Información relativa a las fuentes previstas de fondos necesarios para cumplir los compromisos mencionados en 5.2 y 8.1.

11. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PATENTES Y LICENCIAS.

12. INFORMACIÓN SOBRE TENDENCIAS

- 12.1. Tendencias recientes más significativas de la producción, ventas e inventario, y costes y precios de venta desde el fin del ejercicio anterior hasta la fecha del documento de registro.
- 12.2. Información sobre cualquier tendencia conocida, incertidumbres, demandas, compromisos o hechos que pudieran razonablemente tener una incidencia importante en las perspectivas del emisor.

13. PREVISIONES O ESTIMACIONES DE BENEFICIOS.

14. ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS, DE GESTIÓN Y DE SUPERVISIÓN, Y ALTOS DIRECTIVOS

- 14.1. General.
- 14.2. Conflictos de intereses de los órganos administrativos, de gestión y de supervisión, y altos directivos.

15. REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS

- 15.1. Importe de la remuneración pagada al Consejo de Administración y al Equipo Directivo.
- 15.2. Importes totales ahorrados o acumulados por el emisor o sus filiales para prestaciones de pensión, jubilación o similares.

16. PRÁCTICAS DE GESTIÓN

- 16.1. Fecha de expiración del actual mandato, en su caso, y período durante el cual la persona ha desempeñado servicios en ese cargo.
- 16.2. Información sobre los contratos de miembros de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión con el emisor o cualquiera de sus filiales que prevean beneficios a la terminación de sus funciones, o la correspondiente declaración negativa.
- 16.3. Información sobre el comité de auditoría y el comité de retribuciones del emisor, incluidos los nombres de los miembros del comité y un resumen de su reglamento interno.
- 16.4. Declaración de si el emisor cumple el régimen o regímenes de gobernanza corporativa de su país de constitución.

17. EMPLEADOS

- 17.1. General.

17.2. Acciones y opciones de compra de acciones.

17.3. Descripción de todo acuerdo de participación de los empleados en el capital del emisor.

18. ACCIONISTAS PRINCIPALES

18.1. En la medida en que tenga conocimiento de ello el emisor, el nombre de cualquier persona que no pertenezca a los órganos administrativos, de gestión o de supervisión que, directa o indirectamente, tenga un interés declarable, según el derecho nacional del emisor, en el capital o en los derechos de voto del emisor, así como la cuantía del interés de cada una de esas personas.

18.2. Explicación de si los accionistas principales del emisor tienen distintos derechos de voto.

18.3. El control del emisor.

18.4. Descripción de todo acuerdo, conocido del emisor, cuya aplicación pueda en una fecha ulterior dar lugar a un cambio en el control del emisor.

19. OPERACIONES DE PARTES VINCULADAS.

20. INFORMACIÓN FINANCIERA RELATIVA AL ACTIVO Y EL PASIVO DEL EMISOR, POSICIÓN FINANCIERA Y PÉRDIDAS Y BENEFICIOS

20.1. Información financiera histórica.

20.2. Información financiera pro-forma.

20.3. Estados financieros.

20.4 Auditoría de la información financiera histórica anual.

20.5. Edad de la información financiera más reciente.

20.6. Información intermedia y demás información financiera.

20.7. Política de dividendos.

20.8. Procedimientos judiciales y de arbitraje.

20.9. Cambios significativos en la posición financiera o comercial del emisor.

21. INFORMACIÓN ADICIONAL

21.1. Capital social.

21.2. Estatutos y escritura de constitución.

22. CONTRATOS IMPORTANTES.

23. INFORMACIÓN DE TERCEROS, DECLARACIONES DE EXPERTOS Y DECLARACIONES DE INTERÉS.

24. DOCUMENTOS PRESENTADOS.

Declaración de que, en caso necesario, pueden inspeccionarse los siguientes documentos (o copias de los mismos) durante el período de validez del documento de registro:

(a) los estatutos y la escritura de constitución del emisor;

(b) todos los informes, cartas, y otros documentos, información financiera histórica, evaluaciones y declaraciones elaborados por cualquier experto a petición del emisor, que estén incluidos en parte o mencionados en el documento de registro;

(c) la información financiera histórica del emisor o, en el caso de un grupo, la información financiera histórica del emisor y sus filiales para cada uno de los dos ejercicios anteriores a la publicación del documento de registro.

Indicación de dónde pueden examinarse los documentos presentados, por medios físicos o electrónicos.

25. INFORMACIÓN SOBRE CARTERAS.

Información relativa a las empresas en las que el emisor posee una proporción del capital que puede tener un efecto significativo en la evaluación de sus propios activos y pasivos, posición financiera o pérdidas y beneficios.

I. PRIMERA PARTE

FACTORES DE RIESGO LIGADOS AL EMISOR

El crecimiento y la rentabilidad de Indo están sujetos a una serie de factores íntimamente ligados a la propia naturaleza del negocio, así como a la capacidad de la propia Compañía de consolidarse en el sector.

- **Riesgos propios del sector**

Riesgo derivado de la entrada de productos procedentes de fabricantes de países asiáticos

Durante los últimos años, el sector óptico ha experimentado un incremento de la competencia entre fabricantes de lentes y gafas, como consecuencia de la aparición de empresas chinas y coreanas que ofrecen al óptico productos de bajo valor añadido a precios muy competitivos (aproximadamente el precio de venta de las lentes procedentes de Asia es un 50% menor que las lentes fabricadas en plantas europeas) y que actúan como “commodities”. Esta competencia afecta, especialmente, a la venta de lentes monofocales de baja calidad (representaron en 2007 un 22,2% de la cifra de negocios de Indo), así como a la venta de monturas y gafas de sol (representaron en 2007 un 22,1% de la cifra de negocios de Indo). En consecuencia, Indo está viendo reducido el número de unidades vendidas de lentes monofocales (-9% en 2007) y de gafas (-4,54% en 2007). Ante esta amenaza, Indo está dirigiendo su oferta de productos a aquéllos con un mayor valor añadido, como son las lentes progresivas de última generación talladas bajo la tecnología Free-Form “Mundo MADE” (lentes EyeMADE, lentes progresivas personalizadas y especializadas que se adaptan a la estrategia visual de cada persona y lentes LifeMADE, lentes progresivas que se adaptan a las ocupaciones y estilo de vida de cada individuo) y las gafas de calidad y diseño de marca de prestigio (gafas licenciadas). Para un mayor detalle de estos productos, ver apartado 6.1.1 del Documento de Registro de Acciones.

Cabe destacar que, en la actualidad, la competencia procedente de países asiáticos en lentes progresivas es aún incipiente por tratarse de productos de mayor complejidad técnica y valor añadido. Sin embargo, existe la posibilidad que en un futuro, estos fabricantes mejoren su calidad e innovación y entren a competir en el mercado de lentes progresivas.

Con el objetivo de paliar la competencia en productos de bajo valor añadido, las empresas europeas, japonesas y norteamericanas han trasladado de forma parcial o total su fabricación a países asiáticos con el objetivo de reducir su coste laboral y de producción y, en consecuencia, mantener su competitividad. En este sentido, Indo ha llevado a cabo el traslado parcial de la producción de gafas a su planta en China y el traslado parcial de la producción de lentes orgánicas a su planta en Tailandia. A cierre del ejercicio 2007, el 65% de las monturas que fabricaba Indo se producían en China y el 55% de las lentes fabricadas por Indo en Tailandia. Asimismo, Indo ha automatizado y robotizado el laboratorio de talla y tratamiento de lentes orgánicas de El Papiol (Barcelona) y ha aumentado la capacidad productiva del laboratorio de lentes minerales de Marruecos, cuyos costes de producción son menores.

Riesgos derivados de la dependencia del ciclo de la economía

El sector óptico se encuentra especialmente afectado por la evolución del ciclo de la economía en general y en particular, por la evolución del consumo. Durante los últimos cuatro meses del año 2007 y primeros meses de 2008, la economía española ha experimentado una ralentización del consumo motivada por el efecto combinado de diversos factores como el menor crecimiento del empleo, la caída de la renta disponible de las familias por la subida de tipos de interés y el efecto de la inflación y la caída de la confianza en la economía. Todo ello, conlleva una mayor prudencia en el consumo e inversión por parte de los consumidores particulares y las empresas. El consumo de los hogares, el componente que mayor peso tiene en el Producto Interior Bruto desde el punto de vista de la demanda, creció en el primer trimestre del año 2008 un 1,8% en términos interanuales, frente al crecimiento del 3,1% registrado en 2007 y del 3,7% en 2006 (fuente: Instituto Nacional de Estadística). Se trata de la tasa de variación más baja desde la recesión del bienio 1992-1993.

La evolución del ciclo de la economía española afecta, en cierta manera, a los hábitos y frecuencia de compra de los consumidores, así como a la apertura de nuevos establecimientos ópticos y a la capacidad de invertir del óptico en nuevos equipos. En este sentido, la cifra de negocios de Indo ha experimentado un descenso de un 14,3% en el primer trimestre de 2008 frente al mismo trimestre del año anterior, como consecuencia de la desaceleración del consumo, entre otros factores.

Verticalización de la actividad

Las ventas en el sector óptico se ven influidas por la figura del óptico que actúa de prescriptor en los productos ópticos. En consecuencia, tanto Indo como el resto de fabricantes de productos ópticos, presentan una cierta dependencia sobre esta figura. En el ejercicio 2007, el 97,2% de la cifra de negocios de Indo se originó en el sector óptico.

Con el objetivo de controlar las ventas del consumidor final mejorando la información entre los fabricantes y consumidores y evitar los desajustes de producción y demanda, así como la obsolescencia de las colecciones de gafas, los fabricantes de productos ópticos están tendiendo a tomar participaciones o adquiriendo cadenas de ópticas. Este es el caso de empresas multinacionales de importante presencia nacional e internacional como De Rigo (fabricante de monturas y gafas de sol) con General Óptica o Safilo (fabricante de monturas y gafas de sol) con la cadena de ópticas Loop Vision. Asimismo, multinacionales como Luxottica (Italia) y Viva (Estados Unidos), entre otras, han desarrollado desde hace años la misma estrategia de verticalización. Las operaciones corporativas entre fabricantes y cadenas de ópticas suponen una potencial amenaza para Indo puesto que pueden implicar el cese parcial o total de las compras a Indo, sin embargo cabe destacar que a fecha de verificación del Documento de Registro, las operaciones de verticalización no han afectado a las ventas de Indo.

Asimismo, algunas cadenas de óptica, asociaciones y grupos de imagen (conjunto de ópticas asociadas para obtener mejores condiciones de compras que comparten una imagen de marca común) están verticalizando su actividad, creando su propio laboratorio de talla, montaje y tratamiento de lentes oftálmicas, actividad realizada tradicionalmente por los fabricantes. Este es el caso, por ejemplo, de Visionlab y Grand Optical.

En este sentido, Indo posee una opción de compra sobre el 93% del capital de la sociedad Expansión Visual, sociedad tenedora de valores, cuyas inversiones se centran en sociedades que poseen 64 establecimientos en régimen de alquiler dedicados a la venta al detalle de productos ópticos (lentes, monturas, gafas de sol y otros similares). En 2007, la cifra de ventas agregada de estos 64 establecimientos ascendió a 23,4 millones de euros y el resultado de explotación (Ebit) agregado a -63 miles de euros. Indo está analizando el interés estratégico de ejercer esta opción, si bien en la actualidad la Compañía no tiene la intención de ejercer dicha opción en el corto plazo. Esta opción de compra nació como garantía adicional de retorno de parte de los préstamos concedidos por Indo y descritos en el párrafo siguiente. Para mayor detalle sobre dicha opción, ver el apartado 21.1.6 del Documento de Registro.

Indo está llevando a cabo programas de fidelización y apoyo a sus clientes, otorgándoles créditos para que financien el desarrollo de su negocio y plan de expansión. A cambio de esta financiación, las ópticas se comprometen a comprar ciertos volúmenes a Indo. A 31 de Diciembre de 2007, el importe total de estos créditos a clientes ascendió a 12,8 millones de euros y se encuentran contabilizados en el epígrafe de créditos a clientes dentro de la partida de activos financieros (largo plazo) y en la partida de inversiones financieras corrientes (corto plazo).

Incremento del poder de negociación de los ópticos

Dentro del segmento detallista (ópticos), las cadenas de ópticas son las que más crecimiento están presentando. Según un estudio realizado en 2005 por la Federación Española de Asociaciones del sector óptico (FEDAO), el 74% de las ventas del sector óptico detallista se realizaron a través de cadenas de ópticas y grupos de compra. Las condiciones comerciales de las cadenas y grupos de compra son más exigentes que las de los detallistas independientes y, consecuentemente, ejercen una mayor presión en precios y en descuentos, impactando así, en el margen de explotación de los fabricantes. Para mayor detalle, ver apartado 6.1.1 del Documento de Registro de Acciones.

Con el objetivo de paliar la presión en precios que ejercen las cadenas y grupos de compra, Indo ha iniciado en el ejercicio 2008 una política de racionalización de descuentos, variabilizándolos en función del volumen de venta creciente o decreciente de sus clientes con el objetivo de mejorar la rentabilidad de sus ventas.

Adicionalmente, en los últimos años, Indo se ha visto obligado a reducir el precio de los tratamientos (endurecidos, antirreflejos y coloraciones) y suplementos de sus lentes, ya que el óptico está tendiendo a ofrecer estos productos conjuntamente con las lentes y no de forma independiente como se realizaba tradicionalmente. Asimismo, algunos suplementos incorporados en las lentes oftálmicas son ofrecidos de forma gratuita. Por otro lado, en el caso de la unidad de Gafas, gran parte de los ingresos por venta de fornituras (varillas, frentes – parte frontal de la montura – y recambios) ha dejado de ser cobrada, en línea con la tendencia del mercado, impactando negativamente en la cifra de negocios de Indo y en consecuencia en la rentabilidad de la Compañía. Para mayor detalle, ver apartado 6.1.1 del Documento de Registro.

Riesgo de obsolescencia y dificultad de planificación de la producción

Las gafas son un producto fuertemente ligado a la moda y, por ello, Indo debe adaptar su fabricación y/o distribución a la demanda. Esta dependencia a la moda, a menudo, implica que aquellas gafas que no se han vendido durante la temporada de lanzamiento, puedan quedar descatalogadas. Por ello, Indo contabiliza una dotación anual para cubrir de forma general la desvalorización de las gafas obsoletas.

Con el fin de paliar el volumen de gafas obsoletas o descatalogadas, Indo cuenta con dos centros Outlets, uno en Madrid y otro en Barcelona, donde vende gafas de otras temporadas o en liquidación con descuento. Asimismo, Indo exporta el producto descatalogado o de otras temporadas a terceros países donde este tipo de venta no perjudica las ventas de los productos de temporada.

Adicionalmente, el proceso de fabricación y comercialización de nuevas colecciones (cadena de suministro) de monturas y gafas de sol es lento. En consecuencia, la capacidad de reacción ante cambios rápidos de tendencias en el sector óptico es lenta, lo que puede suponer un retraso en el lanzamiento de nuevas colecciones, un retraso en la retirada de colecciones poco exitosas o un retraso en la ampliación de la fabricación y comercialización de productos que experimentan un gran éxito comercial. Adicionalmente, los fabricantes no tienen contacto directo con el cliente final, sino que conocen sus necesidades y hábitos de compra a través del óptico. Por estos motivos, en el sector óptico pueden existir desajustes entre demanda y oferta.

- Riesgos propios del emisor

Riesgo de liquidez derivado de la no suscripción de la ampliación de capital

A 31 de Diciembre de 2007, el endeudamiento financiero neto de Indo Internacional, S.A. se situó en 54,36 millones de euros sin incluir el arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat, es decir, 7,01x el Ebitda 2007 y un 36,8% del total pasivo 2007. De haberse considerado dicho arrendamiento como deuda financiera, el endeudamiento financiero neto 2007 hubiera ascendido a 63,98 millones de euros, es decir, 8,25x el Ebitda 2007 y un 43,3% del total pasivo 2007.

La Compañía ha decidido reducir el endeudamiento a través de la desinversión de activos patrimoniales no estratégicos. En esta línea, y con posterioridad al cierre del ejercicio 2007, la Compañía firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra, venta de instalaciones y posterior arrendamiento de la sede central de la empresa en Sant Cugat, que supuso una reducción del endeudamiento asociado al valor de la opción de compra de 9,5 millones de euros, así como el cobro de 6 millones de euros.

A 31 de Diciembre de 2007, la deuda financiera con entidades de crédito a corto plazo representaba un 65% del total de deuda financiera con entidades de crédito. El servicio de la deuda previsto para el ejercicio 2008 asciende a 16,3 millones de euros, para mayor detalle, ver apartado 10.3 del Documento de Registro de Acciones. Asimismo, Indo tiene presupuestadas unas inversiones para el ejercicio 2008 de 4,4 millones de euros.

La Compañía prevé financiar el repago de deuda y las inversiones presupuestadas a través de los recursos generados por la propia actividad de la Compañía en el ejercicio 2008 (el Ebitda de 2007 se situó en 7,7 millones de euros), el efectivo y otros medios

equivalentes que a 31 de Diciembre de 2007 se situaron en 2,38 millones de euros, la desinversión en activos y a través de la Ampliación de Capital de 16,69 millones de euros prevista por la Compañía con fecha posterior a la verificación del presente Documento (para mayor información, ver apartado 21.1.5 del Documento de Registro de Acciones). Adicionalmente, en el primer trimestre del ejercicio 2008, Indo firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra y venta de las instalaciones con el consiguiente cobro de 6 millones de euros. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro. Adicionalmente, la Compañía está analizando posibles desinversiones adicionales en activos patrimoniales no estratégicos. Con posterioridad a la Ampliación de Capital, la Compañía prevé reestructurar su proporción de deuda a corto plazo y largo plazo.

Cabe destacar que a 31 de Marzo de 2008, la Compañía registró una cifra de negocios de 33 millones de euros lo que supuso un descenso de un 14,3% respecto al mismo trimestre del año anterior y un resultado neto de 46 miles de euros, que supuso un descenso de un 91,2%. En consecuencia, si no se suscribiese la Ampliación de Capital en su totalidad, la Compañía necesitaría refinanciar su deuda y/o acudir a endeudamiento adicional con el consiguiente riesgo de liquidez por no poder hacer frente a sus compromisos de pago.

Riesgo derivado de la dependencia de los contratos de fabricación y/o distribución con marcas de prestigio

Gran parte de la facturación de Gafas y Bienes de equipo está ligada a la renovación de los contratos de licencia de fabricación y/o distribución con terceras empresas o marcas de prestigio, existiendo, en consecuencia, el riesgo de no renovación de dichos contratos. En este contexto, destacar la dependencia de los contratos con marcas licenciadas para la fabricación y distribución de monturas, así como los contratos de distribución con proveedores de instrumentos para el óptico u oftalmólogo.

El diseño, fabricación y distribución de monturas de marcas licenciadas representó en el ejercicio 2007 un 72,4% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas y un 16% de la cifra de negocios consolidada de Indo. Son contratos que se renuevan, en promedio, cada 3 años y que pueden estar sujetos a una serie de condiciones establecidas por las marcas licenciadas, entre las que pueden encontrarse, la obtención de unas ventas mínimas pre-fijadas, redes comerciales diferenciadas o gastos mínimos en publicidad. El incumplimiento de estas condiciones puede suponer la pérdida de contratos.

Entre las marcas licenciadas, destaca el contrato de fabricación y distribución de monturas con Carolina Herrera que, en el 2007, representó un 42,5% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas y un 9,4% de la cifra de negocios consolidada de Indo. A principios del 2008, el contrato con Carolina Herrera se renovó para los próximos 3 años.

Referente a los contratos de distribución con proveedores de instrumentos para el óptico u oftalmólogo, destacar el acuerdo con la firma japonesa Nidek, con quien Indo tiene un contrato de distribución de instrumentos oftalmológicos en exclusiva para el mercado español que vence el 31 de Diciembre del 2013. Se trata de un "rolling contract", contrato renovable anualmente y de forma automática por 5 años. Si Nidek decidiera rescindir el acuerdo de distribución, el contrato seguiría teniendo validez durante un periodo de cinco años. Nidek es proveedor de instrumentos para Indo desde el año 1996. En el ejercicio 2007, la distribución de los instrumentos de la marca Nidek representó un 22% de la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo y un 6,1% del total consolidado.

La eventual pérdida de contratos tan relevantes como el de Carolina Herrera y Nidek podría impactar de forma significativa la cuenta de resultados de la Compañía, tanto desde un punto de vista de reducción de la facturación, como de un incremento de los costes fijos sobre ventas como resultado de un aumento de la capacidad productiva excedente y comercial no utilizada. Cabe destacar que, durante los últimos años, Indo ha renovado sus contratos de fabricación y distribución de forma periódica, por lo que mantiene una cierta estabilidad en cuanto a la permanencia de las marcas en su portafolio de productos.

Riesgos derivados de la concentración de las ventas

En el ejercicio 2007, la unidad de Lentes aportó un 50% de la cifra de negocios consolidada de Indo. Asimismo, la unidad de Lentes supone la mayor parte de los activos y pasivos asociados del Balance de Situación de la Compañía, al ser la unidad que mayor inversión requiere y, consecuentemente, la que mayor pasivo necesita, entre todas las unidades de negocio. A pesar de su peso en ventas, activos y pasivos, esta unidad de negocio no aporta actualmente rentabilidades positivas, dada la presión ejercida por los productos procedentes de fabricantes asiáticos, los resultados insuficientes de las filiales internacionales y la ralentización del crecimiento del consumo, entre otros factores.

Por otro lado, en el ejercicio 2007, el mercado español representó un 70,6% sobre la cifra de negocios consolidada de Indo, frente al 29,4% que representó el mercado internacional. Indo cuenta con una limitada capacidad de distribución en el mercado internacional. Con el objetivo de reducir esta concentración de ventas en el mercado nacional, Indo prevé potenciar la distribución de sus productos, especialmente de Bienes de Equipo, en aquellos países donde actualmente ya está presente, ampliando su cartera de productos, reforzando el equipo comercial, etc. Cabe destacar que en la unidad de Bienes de Equipo, la expansión internacional requiere asegurar un servicio post-venta de calidad. Este servicio supone un coste fijo importante al inicio mientras el número de equipos vendidos es escaso.

Adicionalmente, Indo se está planteando crecer en el mercado internacional vía operaciones corporativas o alianzas comerciales principalmente en la unidad de Bienes de equipo en función de su capacidad de generar fondos y/o endeudamiento adicional. Actualmente, se están estudiando distintas alternativas y analizando su viabilidad. Con estas operaciones y alianzas, Indo no sólo conseguiría incrementar su capacidad de distribución actual, sino que también le permitiría completar la actual cartera de productos, ganar tamaño y poder de negociación frente a proveedores y clientes.

Riesgo de exceso de costes de estructura

En el ejercicio 2007, los costes de estructura de Indo ascendieron a 98,2 millones, un 3,99% inferiores a los 102,3 millones de euros registrados en el ejercicio 2005. Sin embargo, en términos relativos respecto a la cifra total de ingresos de explotación, los costes de estructura han pasado de representar un 63,4% en 2007 a un 63,1% en 2005, como consecuencia del descenso registrado en la cifra de negocios durante el periodo 2005-2007 (-5,8%).

Ante un escenario de ralentización del crecimiento de la economía y de incremento de competencia por parte de los países asiáticos, la Compañía ha realizado un esfuerzo de

contención de sus costes de estructura con el objetivo de obtener una mayor rentabilidad en su cuenta de resultados.

Durante los últimos tres años, Indo ha llevado a cabo un proceso de deslocalización de la producción a países asiáticos y un proceso de concentración, especialización y automatización de los laboratorios, con el fin de conseguir una mayor eficiencia en la gestión de la cuenta de resultados. Asimismo, en el ejercicio 2007, la Compañía decidió poner en marcha un plan de concentración de las operaciones en aquellos mercados que aportaban mayor valor y crecimiento, que supuso el abandono de los mercados de lentes alemán y americano. Este proceso de deslocalización de la producción y concentración de las operaciones está conllevando un exceso de personal del ámbito productivo y personal de estructura.

A cierre del ejercicio 2005, la Compañía contaba con una plantilla de 1.847 empleados y un coste de personal de 55,9 millones de euros (36,22% sobre el total ingresos), suponiendo la partida de mayor coste de la Compañía. Con el objetivo de reducir el exceso de personal, durante el periodo 2005-2007, la Compañía llevó a cabo una serie de medidas de reestructuración que han supuesto un coste de 17,95 millones de euros y unos ahorros anuales estimados de 7,49 millones de euros, que se están materializando de forma progresiva en las cuentas de resultados del periodo 2006-2009, alcanzándose su totalidad a partir de 2009. Este ahorro supone una reducción de un 13,95% del coste de personal 2005 (neto de inflación y gastos no recurrentes de personal). Asimismo, la reestructuración ha supuesto una baja de personal de 356 personas que será efectiva durante el periodo 2005-2011. Dicho efecto se ha visto compensado por las nuevas incorporaciones de personal, la mayor parte de ellas realizadas en la planta de Tailandia, donde el coste salarial es inferior a España, así como en el nuevo laboratorio de El Papiol (Barcelona), donde el personal no tiene antigüedad. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del Documento de Registro de Acciones.

Indo sigue analizando periódicamente su estructura de personal. En concreto, durante el periodo 2008-2009, la Compañía prevé unas bajas incentivadas de aproximadamente 100 personas en la planta productiva de Vilafant, como parte del proceso de traslado de la producción de lentes de esta planta a Tailandia, cuyo coste en 2008 se estima en 4,39 millones de euros. El ahorro anual se estima en 3,2 millones de euros que se verá reflejado de forma progresiva en las cuentas de resultados 2008 y 2009. Adicionalmente, Indo está llevando a cabo un plan de optimización de los costes de aprovisionamiento y de contención de costes de estructura con el objetivo de ser cada vez más eficiente y rentable.

Riesgos derivados del tipo de cambio

Cerca de un 7,53% de la cifra de negocio de Indo de 2007, así como un 33,22% de sus aprovisionamientos, se produjeron en moneda extranjera (principalmente dólares americanos y yenes japoneses) con la consiguiente exposición a la variación del tipo de cambio de estas divisas respecto al euro. La exposición en dólares se concentra en las tres unidades de negocio y en yenes en las unidades de Lentes y Bienes de equipo, principalmente. Adicionalmente, a 31 de Diciembre de 2007, un 5% de la deuda financiera (2,89 millones de euros) de la Compañía era en divisas, de los cuales, 853 miles de euros correspondientes al crédito concedido por Cofides a Indelors Lens Thailand estaba cubierto en su totalidad. Por otro lado, la Compañía tenía cubierto los flujos con proveedores, principalmente en yenes, por un nominal de 3,8 millones de euros, que supone un 24% sobre el saldo total con proveedores en moneda extranjera en el ejercicio 2007.

En el ejercicio 2007, Indo registró un incremento de los ingresos financieros pasando de 1,2 millones de euros en 2006 a 2,7 millones de euros en 2007, debido, principalmente, al buen comportamiento de las divisas durante el último año. La variación del tipo de cambio euro/yen en el periodo 2005-2007 fue de -15,99% y del euro/dólar de -10,48%. En este sentido, existe pues el riesgo de que el comportamiento de las divisas no favorezca a la Compañía en un futuro. Para cubrir estas exposiciones, Indo utiliza contratos a plazo sobre tipos de cambio. La Compañía no utiliza instrumentos financieros derivados con fines especulativos.

II. SEGUNDA PARTE

DOCUMENTO DE REGISTRO DE ACCIONES

1. PERSONAS RESPONSABLES

1.1. Todas las personas responsables de la información que figura en el documento de registro y, según los casos, de ciertas partes del mismo, con, en el último caso, una indicación de las partes. En caso de personas físicas, incluidos los miembros de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión del emisor, indicar el nombre y el cargo de la persona; en caso de personas jurídicas, indicar el nombre y el domicilio social.

Todos y cada uno de los integrantes del Consejo de Administración de Indo, es decir, Sres. Don Juan Casaponsa Sitjas, Cobain Mercado, S.L., Domasa Inversiones, S.L., Don Eusebio Díaz Morera y Puig Sureda, Don Juan Cristóbal Garrigosa Laspeñas y Don Carlos Colomer Casellas, asumen la responsabilidad del contenido del Documento de Registro de Acciones y han apoderado al Presidente Ejecutivo, Don Juan Casaponsa Sitjas, para la firma de dicho Documento en virtud de acuerdo del Consejo de Administración de la Compañía de fecha 27 de mayo de 2008.

1.2. Declaración de los responsables del documento de registro que asegure que, tras comportarse con una diligencia razonable para garantizar que así es, la información contenida en el documento de registro es, según su conocimiento, conforme a los hechos y no incurre en ninguna omisión que pudiera afectar a su contenido. En su caso, declaración de los responsables de determinadas partes del documento de registro que asegure que, tras comportarse con una diligencia razonable para garantizar que así es, la información contenida en la parte del documento de registro del que sean responsables es, según su conocimiento, conforme a los hechos y no incurre en ninguna omisión que pudiera afectar a su contenido.

Todos y cada uno de los integrantes del Consejo de Administración de Indo, mencionados en el punto anterior, han revisado el contenido del Documento de Registro de Acciones y asumen la responsabilidad por el contenido de éste y la veracidad del mismo y aseguran, tras comportarse con una diligencia razonable para garantizar que así es, que la información contenida es, según su conocimiento, conforme a los hechos y no incurren en ninguna omisión que pudiera afectar a su contenido.

2. AUDITORES DE CUENTAS

2.1. Nombre y dirección de los auditores del emisor para el período cubierto por la información financiera histórica (así como su afiliación a un colegio profesional).

Los auditores de Indo durante los ejercicios 2005, 2006 y 2007 han sido "Deloitte, S.L." (anteriormente "Deloitte & Touche España, S.L."), con domicilio en Plaza Pablo Ruiz Picasso, número 1, Torre Picasso, 28020, Madrid.

La firma Deloitte figura inscrita en el R.O.A.C. con el Número S0692.

2.2. Si los auditores han renunciado, han sido apartados de sus funciones o no han sido redesignados durante el período cubierto por la información financiera histórica, deben revelarse los detalles si son importantes.

Los auditores no han renunciado ni han sido apartados de sus funciones durante el periodo de la información financiera histórica.

3. INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

3.1. Información financiera histórica seleccionada relativa al emisor, que se presentará para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica, y cualquier período financiero intermedio subsiguiente, en la misma divisa que la información financiera.

La información financiera histórica seleccionada debe proporcionar las cifras clave que resumen la situación financiera del emisor.

Cambios en las políticas contables

En el ejercicio 2007, el Grupo Indo decidió modificar la contabilización de los gastos comerciales incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas o grupos de compra y la contabilización de los accionistas minoritarios de Indelor Lens Thailand Co. Ltd. Dicha decisión no representó cambios significativos en los Estados Financieros formulados en los ejercicios 2005 y 2006, pero a efectos de comparación de la información, los epígrafes afectados han sido reexpresados.

Los Estados Financieros 2007 presentados anteriormente corresponden a los Estados Financieros auditados. Los Estados Financieros 2006 han sido reexpresados por Indo y revisados por el auditor de la Compañía representando la columna comparativa del ejercicio 2007 en las Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007. Asimismo, los Estados Financieros 2005 también han sido reexpresados bajo los mismos criterios contables, constituyendo el balance de apertura del ejercicio 2006.

En años anteriores, los gastos de mediación comercial incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas o grupos de compra se consideraban como rappels de venta. A partir de 2007, son los clientes quienes facturan a Indo en concepto de estos gastos de colaboración. El cambio en la contabilización de los gastos comerciales supuso registrar, en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada 2005 y 2006, una mayor cifra de "otros gastos de explotación" y el consecuente mayor importe de "cifra de negocios". Este cambio de política contable no supuso variaciones en el resultado de explotación (Ebit).

El cambio en la contabilización de los accionistas minoritarios de Indelor Lens Thailand supuso registrar, en el Balance de Situación Consolidado 2005 y 2006, una mayor deuda comprometida que suponía el ejercicio de las potenciales opciones de compra ("otros pasivos no corrientes"), impactando negativamente los fondos propios de la Compañía. Este cambio de política contable no supuso variaciones en el total activo y pasivo del Balance de Situación Consolidado. En la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada 2005 y 2006, el cambio de política contable supuso registrar el correspondiente gasto financiero asociado a la mayor deuda y contabilizar un menor resultado atribuible a

intereses minoritarios. Este cambio de política contable tuvo un impacto negativo en el resultado neto del ejercicio 2005 y 2006. El resultado neto reexpresado del ejercicio 2006 fue un 12,3% inferior al registrado en las Cuentas Anuales oficiales 2006 y el resultado neto reexpresado 2005 un 3% inferior al registrado en las Cuentas Anuales oficiales 2005.

Para ver la conciliación entre los estados financieros auditados 2007 y los datos reexpresados de 2005 y 2006 de Indo Internacional, S.A., ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

Balance de Situación Consolidado

Presentamos a continuación el Balance de Situación consolidado para el periodo 2005-2007.

La información referida de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF"):

Balance de Situación Consolidado

Datos financieros (miles de euros)	2007	% Var. 07-06	2006	% Var. 06-05	2005	% sobre Total Activo/Pasivo		
						2007	2006	2005
Activo no corriente	70.226	(2,6%)	72.135	29,8%	55.586	47,6%	45,7%	39,7%
Activo corriente	77.412	(9,5%)	85.554	1,2%	84.501	52,4%	54,3%	60,3%
Total Activo	147.638	(6,4%)	157.689	12,6%	140.087	100,0%	100,0%	100,0%
Patrimonio Neto	39.555	(22,6%)	51.074	1,5%	50.336	26,8%	32,4%	35,9%
Pasivos no corrientes	32.722	(9,3%)	36.066	49,9%	24.059	22,2%	22,9%	17,2%
Pasivos corrientes	75.361	6,8%	70.549	7,4%	65.692	51,0%	44,7%	46,9%
Total Pasivo	147.638	(6,4%)	157.689	12,6%	140.087	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Nota: Para mayor detalle, ver apartado 10.1 del Documento de Registro

Ratios

Fondo Maniobra neto ⁽¹⁾	2.051		15.005		18.809
Endeudamiento financiero bruto ⁽²⁾	57.926		54.419		44.318
Endeudamiento financiero neto ⁽³⁾	54.366		50.905		38.925
Endeudamiento financiero bruto/Ebitda ⁽⁴⁾	7,48		4,53		7,61
End. financiero corto plazo /End. financiero bruto	64,99%		58,38%		54,08%
Endeudamiento financiero bruto/Total Pasivo	39,24%		34,51%		31,64%

(1) Calculado como activos corrientes menos pasivos corrientes

(2) No incluye el arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat (Barcelona) firmado en 2006 al estar sujeto al ejercicio de una opción de compra.

En Febrero 2008 Indo cedió el contrato de dicha opción. De haberse incluido, el endeudamiento financiero bruto 2007 hubiera ascendido a 67,5 millones de euros y en 2006 a 64,7 millones de euros. Dado que la firma de la opción fue en 2006, el arrendamiento financiero no afectó en 2005.

(3) Deuda Financiera Bruta menos Inversiones financieras temporales, efectivo y medios equivalentes. En Febrero 2008 Indo cedió el contrato de dicha opción. De haberse incluido el arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat firmado en 2006, el endeudamiento financiero neto 2007 hubiera ascendido a 63,98 millones de euros y en 2006 a 61,2 millones de euros.

(4) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

Dentro de las partidas del Balance de Situación de 2007, destacan las siguientes partidas:

Activo

- Reducción del activo corriente fruto del cobro de 7,6 millones de euros procedentes de la salida del edificio de la antigua sede central en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

- Reducción del fondo de comercio que se situó en 2,1 millones de euros en 2007 frente a 5,4 millones de 2006 como consecuencia de registrar el deterioro del valor de las filiales de Alemania e Italia.

Pasivo

- Reducción del patrimonio neto de Indo que se situó en 39,5 millones de euros en 2007 frente a 51 millones de 2006 como consecuencia de registrar unas pérdidas de 11,1 millones de euros como resultado del proceso de reestructuración realizado por la Compañía. Para mayor detalle, ver los apartados 5.2.1 y 20.1 del presente Documento.

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada Reexpresada

Presentamos a continuación la Cuenta de Resultados consolidada para el periodo 2005-2007.

La información referida de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF"):

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Datos financieros (miles de euros)	2007	%var. 07-06	2006	%var. 06-05	2005
Importe Cifra de Negocios	141.650	(4,5%)	148.389	(1,3%)	150.323
Variación existencias	272	(71,0%)	937	272,0%	252
Otros ingresos	4.607	(19,6%)	5.728	46,0%	3.923
Total Ingresos	146.529	(5,5%)	155.055	0,4%	154.498
Margen Bruto (1)	100.638	(4,8%)	105.712	2,4%	103.241
% sobre Total Ingresos	68,68%		68,18%		66,82%
Ebitda (2)	7.746	(35,6%)	12.025	106,4%	5.825
% sobre Total Ingresos	5,29%		7,76%		3,77%
Ebit (3)	2.418	(62,3%)	6.405	587,5%	932
% sobre Total Ingresos	1,65%		4,13%		0,60%
Resultado Neto atrib. Soc. Dominante	(11.134)	(1676,2%)	706	(90,5%)	7.399
% sobre Total Ingresos	(7,6%)		0,5%		4,8%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(1) Calculado como Total Ingresos menos aprovisionamientos

(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

(3) Beneficio antes de resultado financiero e impuestos

Precio acción a 31 de Diciembre	5,88		8,30		7,08
Beneficio por acción	(1,00)		0,06		0,66
PER (4)	-		130,77 x		10,65 x
Flujo de Caja Operativo (5)	(5.806)		6.326		12.292
Dividendo por acción	0,00		0,10		0,10
Plantilla media	1.767		1.825		1.866

(4) Precio acción dividido entre Beneficio por acción

(5) Resultado neto atrib. Soc. Dominante más amortizaciones

3.2. Si se proporciona información financiera seleccionada relativa a periodos intermedios, también se proporcionarán datos comparativos del mismo periodo del ejercicio anterior, salvo que el requisito para la información comparativa del balance se satisfaga presentando la información del balance final del ejercicio.

Se presenta a continuación el Balance de Situación Consolidado a 31 de Marzo de 2008 y a 31 de Diciembre de 2007.

Balance de Situación Consolidado

Datos financieros (miles de euros)	mar-08	dic-07	%var.
Activo no corriente	54.580	70.226	(22,3%)
Activo corriente	81.870	77.412	5,8%
Total Activo	136.450	147.638	(7,6%)
Patrimonio Neto	39.662	39.555	0,3%
Pasivos no corrientes	21.140	32.722	(35,4%)
Pasivos corrientes	75.648	75.361	0,4%
Total Pasivo	136.450	147.638	(7,6%)

Fuente: Estados Financieros Consolidados Intermedios a 31 de Marzo 2008 y Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007

Ratios

Fondo Maniobra neto ⁽¹⁾	6.222	2.051
Endeudamiento financiero bruto ⁽²⁾	58.903	57.926
Endeudamiento financiero neto ⁽³⁾	55.737	54.366
Endeudamiento financiero bruto/Ebitda ⁽⁴⁾	27,90	7,48
End. financiero corto plazo /End. financiero bruto	70,21%	64,99%
Endeudamiento financiero bruto/Total Pasivo	43,17%	39,24%

(1) Calculado como activos corrientes menos pasivos corrientes

(2) No incluye el arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat (Barcelona)

(3) Deuda Financiera Bruta menos Inversiones financieras temporales, efectivo y medios

(4) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

Se presenta a continuación la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada a 31 de Marzo de 2008 y a 31 de Marzo de 2007.

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Datos financieros (miles de euros)	mar-08	mar-07	%var.
Importe Cifra de Negocios	33.001	38.511	(14,3%)
Variación existencias	(164)	622	(126,4%)
Otros ingresos	1.146	1.471	(22,1%)
Total Ingresos	33.983	40.604	(16,3%)
Margen Bruto ⁽¹⁾	24.297	27.157	(10,5%)
% sobre Total Ingresos	71,50%	66,88%	
Ebitda ⁽²⁾	2.111	2.992	(29,4%)
% sobre Total Ingresos	6,21%	7,37%	
Ebit ⁽³⁾	865	1.629	(46,9%)
% sobre Total Ingresos	2,55%	4,01%	
Resultado Neto operaciones continuadas	21	540	(96,1%)
% sobre Total Ingresos	0,1%	1,3%	
Resultado Neto atrib. Soc. Dominante	46	524	(91,2%)
% sobre Total Ingresos	0,1%	1,3%	

Fuente: Estados Financieros Consolidados Intermedios a 31 de Marzo 2008 y a 31 de Marzo 2007

(1) Calculado como Total Ingresos menos provisionamientos

(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

(3) Beneficio antes de resultado financiero e impuestos

Precio acción	4,34	9,97	(56,47%)
Plantilla	1.701	1.735	(1,96%)

La información anteriormente referida se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

4. FACTORES DE RIESGO

Se revelarán de manera prominente en una sección titulada "Factores de riesgo", los factores de riesgo específicos del emisor o de su sector de actividad.

Veáse la sección "FACTORES DE RIESGO LIGADOS AL EMISOR".

5. INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR

5.1. Historial y evolución del emisor.

5.1.1. Nombre legal y comercial del emisor.

La denominación social de la entidad emisora es Indo Internacional, S.A.

5.1.2. Lugar de registro del emisor y número de registro.

Indo figura inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona al tomo 20658, folio 190, hoja número B-11037 y está provista de número de identificación fiscal A-08266934.

5.1.3. Fecha de constitución y período de actividad del emisor, si no son indefinidos.

La Sociedad fue constituida el 24 de Mayo de 1971, mediante escritura otorgada ante el Notario que fue de Barcelona, D. Antonio Clavera Armenteros.

Según el artículo 4ª de los Estatutos Sociales, la duración de la Sociedad es indefinida, habiendo iniciado sus operaciones el 24 de Mayo de 1971.

5.1.4. Domicilio y personalidad jurídica del emisor, legislación conforme a la cual opera, país de constitución, y dirección y número de teléfono de su domicilio social (o lugar principal de actividad empresarial si es diferente de su domicilio social).

Indo Internacional, S.A. es una sociedad de nacionalidad española con domicilio en Sant Cugat del Vallès, Barcelona, Avda. Alcalde Barnils, nº 72. El teléfono de contacto de la Sociedad para accionistas e inversores es el 932 982 600.

La Sociedad tiene carácter mercantil y reviste la forma jurídica de sociedad anónima y en consecuencia se encuentra sujeta a la regulación establecida por el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1564/89, de 22 de diciembre, la normativa aplicable a las sociedades cotizadas y demás legislación concordante.

La actividad de Indo está sujeta a la normativa de productos sanitarios (Real Decreto 414/1996, de 1 de marzo), pero únicamente respecto de los siguientes extremos;

- Lentes oftálmicas: están clasificadas como "Producto Sanitario de Clase I".
- Las monturas para gafas graduadas: están clasificadas como "Producto Sanitario de Clase I (Accesorio)".
- Los instrumentos de oftalmología: están clasificadas como "Producto Sanitario de Clase I y Clase II a".
- Las gafas de sol no son productos sanitarios, aunque están sometidos a la normativa de los EPI (Equipos de Protección Individual) (R.D. 1407/1992).
- Los equipos y maquinaria para el taller óptico (distintos de instrumentos oftalmológicos) no están sujetos a la normativa de productos sanitarios.

Respecto de los mencionados productos sanitarios que se encuentran sometidos al Real Decreto 414/1996, de 1 de marzo, éstos deben cumplir una serie de requisitos establecidos en dicha normativa, siendo básicamente los requisitos principales los siguientes:

- Los productos deben diseñarse y fabricarse de forma tal que su utilización no comprometa el estado clínico, la salud ni la seguridad de los pacientes cuando se empleen en las condiciones y con las finalidades previstas. Tampoco deberán presentar riesgos para las personas que los utilicen ni, en su caso, para terceros. Todo ello mientras dure el periodo de validez previsto por el fabricante, cuando el producto se vea sometido a las situaciones que puedan derivarse de las condiciones normales de utilización.
- Al seleccionar las soluciones más adecuadas el fabricante aplicará los siguientes principios, en el orden que se indica:
 1. Eliminar o reducir los riesgos en la medida de lo posible (seguridad inherente al diseño y a la fabricación).
 2. Adoptar las oportunas medidas de protección, incluso alarmas, en caso de que fuesen necesarias, frente a los riesgos que no puedan eliminarse.
 3. Informar a los usuarios de los riesgos residuales debidos a la incompleta eficacia de las medidas de protección adoptadas.
- Los productos deben diseñarse, fabricarse y acondicionarse de forma tal que sus características y prestaciones no se vean alteradas durante el almacenamiento y transporte, teniendo en cuenta las instrucciones y datos facilitados por el fabricante.
- Deberá evaluarse la relación entre beneficio y riesgo, de forma que los posibles riesgos existentes y/o efectos secundarios no deseados constituyan riesgos aceptables en relación con las prestaciones atribuidas y el beneficio que proporcionan al paciente. Tal balance beneficio/riesgo será compatible con un nivel elevado de protección de la salud y la seguridad.

En este sentido, las instalaciones de los citados productos sanitarios de clase I y IIa) deben estar autorizadas por el Ministerio de Sanidad y Consumo que una vez presentada la preceptiva documentación y realizadas las inspecciones pertinentes extiende la correspondiente licencia de instalación. Con la obtención de dicha licencia se puede efectuar el marcado CE de producto sanitario.

Actualmente todas las instalaciones de Indo disponen de las respectivas autorizaciones del Ministerio de Sanidad y Consumo, las cuales son válidas y se encuentran en vigor. En este sentido el Ministerio de Sanidad y Consumo realiza inspecciones de seguimiento con una periodicidad que oscila entre uno y dos años. La más reciente corresponde a la inspección efectuada por dicho Ministerio en relación con un equipo Center XXI que tiene la consideración de producto sanitario de Clase I (con función de medición), siendo el resultado de la misma favorable. Por último, hay que destacar que Indo no ha recibido sanción alguna por inspecciones de Sanidad.

En relación a las gafas de sol, éstas deben cumplir los requisitos de los Equipos de Protección Individual (EPI) conforme al Real Decreto 1407/1992, siendo los requerimientos generales básicamente los siguientes:

- Principios de concepción: dichos productos estarán concebidos y fabricados de tal manera que el usuario pueda realizar normalmente la actividad que le exponga a riesgos y tener una protección apropiada y de nivel tan elevada como sea posible.
- Inocuidad de los EPI: serán fabricados de tal manera que no ocasionen riesgos ni otros factores de molestia en condiciones normales de utilización, cumpliendo este objetivo mediante el uso de materiales constitutivos adecuados, de una superficie adecuada en todas las partes del EPI que estén en contacto con el usuario (estando dicha superficie libre de asperezas, aristas vivas, puntas salientes o otra morfología que pueda provocar una excesiva irritación o que pueda causar lesiones), etc.
- Factores de comodidad y eficacia: estos productos deberán adaptarse a la morfología del usuario, cumplir con requisitos de ligereza y solidez de fabricación (siendo los más ligeros posible, sin que ello perjudique a su solidez de fabricación ni obstaculice su eficacia), así como permitir la necesaria compatibilidad entre los diferentes EPI que el usuario vaya a llevar al mismo tiempo.
- Folleto informativo del fabricante: será entregado obligatoriamente por el fabricante con los EPI comercializados e incluirá, además del nombre y la dirección del fabricante y/o de su mandatario en la Comunidad Económica Europea, información útil sobre instrucciones de almacenamiento, uso, limpieza, mantenimiento, revisión y desinfección, fecha o plazo de caducidad de los EPI o de algunos de sus componentes, etc.

Por último y respecto de los outlet que tiene la Compañía en régimen de alquiler y que están situados en Madrid (Las Rozas) y en Barcelona (La Roca del Vallés), éstos cumplen con la concreta normativa territorial aplicable a los establecimientos ópticos, es decir, respectivamente, con el Decreto 14/2003 de 13 de Febrero de la Comunidad de Madrid por el que se regula los requisitos para las autorizaciones, el régimen de funcionamiento y

el registro de los establecimientos de óptica en la Comunidad de Madrid, y con el Decreto 126/2003, de 13 de Mayo de la Generalitat de Cataluña, por el que se establecen los requisitos técnico-sanitarios de los establecimientos de óptica.

5.1.5. Acontecimientos importantes en el desarrollo de la actividad del emisor.

Indo es una multinacional española dedicada al diseño, fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, monturas, gafas de sol y bienes de equipo para ópticas y oftalmólogos. También ofrece servicios de instalación e interiorismo a ópticas y gabinetes oftalmológicos.

Los inicios

Los hermanos Rolando, Fernando y Renato Cottet constituyeron en 1942 la sociedad Industria Nacional de Óptica S.A., empresa dedicada a la fabricación y venta a terceros de lentes minerales monofocales y gafas de celuloide. En 1954, Industria Nacional de Óptica S.A. cambió su denominación social a Industrias de Óptica, S.A. En 1971, se constituyó Indo Internacional, S.A., que actualmente es la sociedad holding de todas las sociedades del grupo consolidado, incluida Industrias de Óptica, S.A., que cotiza en bolsa desde 1987.

Desarrollo de la actividad productiva en España

En la década de los 40, Indo abrió sucursales con laboratorios de talla de lentes oftálmicas en Madrid y Valencia, además de las que tenía en Sevilla y Barcelona. En 1943, se construyeron los primeros edificios industriales en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) donde se inició la fabricación de lentes bifocales fundidas, la fabricación de monturas y gafas de sol (de celuloide, metálicas y acetato), ubicándose allí también la sede central de la Compañía.

En la década de los 50, Indo empezó a comercializar los primeros tratamientos y coloraciones de lentes que permitían obtener lentes más transparentes y de mayor calidad óptica.

En los años 60 y 70, Indo abrió sucursales con laboratorios de talla y tratamientos de lentes en Bilbao, La Coruña y Canarias, e inició un proceso de descentralización de su estructura productiva. Concretamente, en 1973 y 1974, Indo inauguró dos centros productivos de gafas, uno en Zaragoza (metálicas) y otro en Tortosa (acetato), respectivamente. Adicionalmente, en 1973, amplió una pequeña línea productiva de lentes minerales monofocales que tenía en Zaragoza, totalmente independiente de la fábrica de gafas. En 1986, Indo abrió un centro productivo de lentes orgánicas en Vilafant (Girona).

Consolidación de las unidades de negocio de Lentes y Gafas

En la década de los 60 y 70, Indo se centró en el desarrollo tecnológico con un potente equipo de I+D que permitió avanzar en la producción de lentes progresivas tradicionales y mejorar sus tratamientos antirreflejantes. En la década de los 90, Indo desarrolló la línea de tratamientos Natural Indo, lentes más transparentes que mejoran la agudeza visual. En Marzo de 2005, lanzó las primeras lentes progresivas con tecnología Free-Form: las lentes EyeMADE, una revolucionaria aportación en el campo de lentes progresivas

personalizadas, y las lentes LifeMADE, un nuevo concepto de lentes progresivas destinadas a impulsar la multiposición de gafas por parte de los consumidores según la ocupación profesional y actividades de ocio (para mayor detalle, ver apartado 6.1.1 del presente Documento). Adicionalmente, en el año 2005, la Compañía comenzó a comercializar la tecnología Free-Form a laboratorios de terceras empresas a través del pago de un royalty.

En el caso de la unidad de negocio de Gafas, en los años 60, la Compañía inició la distribución de gafas de terceros con un acuerdo de distribución en el territorio español con la empresa alemana Rodenstock. En la década de los 80, con el acuerdo alcanzado con Paco Rabanne, la Compañía pasó de fabricar únicamente productos con marca propia, a también diseñar, fabricar y distribuir gafas de marcas licenciadas. En la actualidad, Indo diseña, fabrica y comercializa monturas y gafas de sol para Carolina Herrera (1996), Chupa Chups (1997), Purificación García (2001), Massimo Dutti (2006) y Custo Barcelona (a partir de 2008), entre otras. Asimismo, Indo distribuye gafas de terceros a través de acuerdos de distribución con otros grupos del sector. En concreto, Indo cuenta con un acuerdo con el grupo francés L'Amey, mediante el cual Indo distribuye las marcas Seiko, Nina Ricci, Kipling y Levi's, entre otras. Asimismo, a través del acuerdo con la empresa norteamericana REM, Indo distribuye la marca Converse en el mercado español.

En el año 2002, se constituyó la joint venture Inviva Eyewear en la que Indo participaba en un 50% y el otro 50% queda en manos del grupo norteamericano Viva. Dicha sociedad comercializa en el mercado español las marcas de gafas Guess, Harley Davidson, Catherine Deneuve, Gant y Tommy Hilfiger, entre otras.

En Julio 2006, Indo firmó un acuerdo con la compañía italiana De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas, por el cual Indo tomaba una participación del 40% en el capital de la empresa Vogartline España S.A., filial española del grupo italiano De Rigo que distribuye reconocidas marcas como Loewe, Tous, Ermenegildo Zegna, Escada, Vogart, Jean Paul Gaultier y Police. La aportación de resultados por puesta en equivalencia de Vogartline en el Grupo Indo ascendió a -32 miles de euros a cierre del ejercicio 2006.

Creación y desarrollo de la unidad de Bienes de equipo

Indo entró en el mercado de Bienes de equipo en la década de los 70, diseñando, fabricando y distribuyendo máquinas de biselar (talla de lentes) comercializadas bajo la marca Indomatic. En la actualidad, cuenta con una amplia gama de sistemas de biselado, entre la que destaca la gama Advance por ser mucho más precisa, de mayor calidad y con mejores prestaciones que las biseladoras tradicionales.

Por otro lado, en la década de los 80, la Compañía inició la distribución de instrumentos oftalmológicos en el mercado nacional con un acuerdo con el fabricante japonés Nidek. En los años 90, la Compañía adquirió la división de distribución instrumental oftalmológica de la sociedad General Óptica, S.A., con el fin de convertirse en un importante suministrador de instrumentos tanto al sector óptico como oftalmológico. Posteriormente, Indo alcanzó acuerdos de distribución con otros fabricantes de instrumentos como Huvitz o Tomey, para su comercialización en los mercados internacionales.

Expansión internacional y deslocalización de la producción

En los 80, como respuesta a la entrada de España en el Mercado Común, Indo expandió de forma importante su exportación de productos, a la vez que empezó a entrar nueva competencia en el país.

En la década de los 90, Indo inició un programa de deslocalización de su actividad productiva al mercado internacional con el fin de mejorar los costes de fabricación, creó nuevas filiales de distribución con laboratorio de talla y tratamiento de lentes, para acercarse al mercado local. Destacan, entre otras, las siguientes:

- Marruecos (1993): entrada en el mercado con un laboratorio de lentes minerales y orgánicas para el mercado marroquí y con la creación de una planta productiva de lentes monofocales minerales. Esta planta se cerró en 2007, manteniendo el laboratorio de lentes minerales y orgánicas de la filial comercial y siendo ampliado ese mismo año el laboratorio de lentes minerales para poder dar servicio a Europa.
- Portugal (1996): apertura de una filial con laboratorio de talla y tratamientos de lentes minerales y orgánicas para el mercado portugués.
- China (1997): creación de un centro productivo a través de una joint venture con un socio local con el objetivo de fabricar monturas metálicas. Hoy en día, Indo participa en un 82,28% en esta sociedad. En esta planta se fabrican el 65% de las monturas fabricadas por Indo.
- Chile (1998): apertura de un laboratorio de talla y tratamiento de lentes minerales y orgánicas para el mercado chileno.

Por otro lado, en 1999, se cerró la planta de lentes de Zaragoza, trasladando la fabricación de lentes monofocales minerales a la planta productiva de Marruecos y la pequeña línea de lentes orgánicas a Vilafant (Girona). Ese mismo año, se cerró la producción de lentes bifocales de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) pasando a ser totalmente subcontratada a terceros.

En 2003, se implantó una fábrica en Tailandia, Indelor Lens Thailand Co. Ltd. con el objetivo de fabricar lentes orgánicas. El inicio de las actividades fue en Julio de 2004. En Septiembre 2004, Indo vendió el 43,2% de su capital de Indelor Lens Thailand a Cofides (21,6%) y a Invercat Exterior, FCR. (21,6%). En esta planta se produce el 55% de las lentes fabricadas por Indo.

Durante el presente ejercicio 2008 y en años posteriores, Indo prevé seguir deslocalizando la producción a países asiáticos. Para mayor detalle sobre el proceso de deslocalización, ver el apartado 5.2 y 6.1.1 del presente Documento de Registro.

Adquisiciones corporativas

En el año 2001, Indo firmó un contrato para la adquisición del 25% de Werner Schulz GmbH & Co KG. Schulz se dedica a la fabricación y distribución de lentes oftálmicas en el mercado alemán y danés. En Enero de 2005, Indo adquirió la totalidad de esta empresa. El importe total pagado ascendió a 3,5 millones de euros. En el ejercicio 2005, la empresa

alemana registró una cifra de negocios de 5,2 millones de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -132,7 miles de euros. En el ejercicio 2007, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán dado las pérdidas registradas.

También en 2002, en colaboración con unos socios americanos locales, se constituyó Indo Lens US, Inc. con el objeto social de comercializar las lentes oftálmicas de Indo en Estados Unidos. Indo participaba en un 60% del capital social. En 2005, Indo incrementó su participación hasta un 97,5% y en 2006 hasta el 100%. El importe total pagado ascendió a 1,7 millones de euros. En el ejercicio 2006, la empresa americana registró una cifra de negocios de 128,7 miles de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -712,9 miles de euros. En el ejercicio 2007, Indo decidió abandonar el mercado de lentes americano dado las pérdidas registradas.

En Octubre de 2002, se firmó un contrato para la adquisición del 30% de la sociedad italiana Diamonex DB Medical, sociedad distribuidora de productos ópticos en el mercado italiano. En 2003, Indo adquirió un 20,1% adicional, en 2004 un 30,58% más y en 2006, Indo adquirió la totalidad de esta sociedad, pasándose a denominar Indo Italia S.R.L. El importe total pagado ascendió a 1,97 millones de euros. La cifra de negocios de Diamonex en 2006 fue de 2,4 millones de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -194,5 miles de euros.

En 2004, Indo compró el 51% de la sociedad norteamericana Optical Equipment Group Llc, propiedad de Opti Vue Inc., por un importe de 2,26 millones de dólares. Optical Equipment Group es una sociedad dedicada a la distribución de bienes de equipo para establecimientos ópticos del mercado estadounidense y canadiense, cuya marca comercial es conocida en el mercado americano como "AIT". La cifra de negocios de Optical Equipment Group en 2004 fue de 6,06 millones de dólares (4,47 millones de euros) y el resultado de explotación (Ebit) de 42,9 miles de dólares (31,65 miles de euros).

Reestructuración de la actividad productiva y de los laboratorios

En el ejercicio 2005, Indo decidió llevar a cabo un proceso de reestructuración de sus instalaciones productivas y laboratorios con el objetivo de concentrar y especializar sus laboratorios y deslocalizar la producción a Asia. Asimismo, Indo trasladó su sede central, con el objetivo de reducir costes y modernizar sus instalaciones. Para mayor detalle sobre el proceso de reestructuración, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

En Septiembre de 2005, Indo inauguró el laboratorio de El Papiol (Barcelona), con el objetivo de convertirlo en un laboratorio moderno y automatizado que concentrase gran parte de las actividades de los laboratorios españoles de talla y tratamientos de lentes orgánicas (laboratorio de lentes de encargo) y de montaje de lentes en la montura (laboratorio de montaje).

En Febrero 2007, se llevó a cabo la salida de la sede histórica en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), que supuso el traslado de toda la actividad productiva de lentes progresivas minerales a Vilafant (Girona), el traslado del laboratorio de lentes orgánicas al nuevo laboratorio de El Papiol (Barcelona), el laboratorio de lentes minerales a Bilbao y los servicios centrales e I+D a la nueva sede en Sant Cugat del Vallès (Barcelona).

Ese mismo año, Indo decidió poner en marcha un plan de concentración de las operaciones de la Compañía en aquellos mercados que aportan mayor crecimiento y valor. Consecuentemente, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán y americano y analizar alternativas estratégicas para el negocio de lentes en Italia, ya que los resultados alcanzados por estas tres filiales en 2007 registraron pérdidas. Para mayor detalle, ver apartado 6.2. del presente Documento de Registro.

5.2. Inversiones

5.2.1. Descripción, (incluida la cantidad) de las principales inversiones del emisor por cada ejercicio para el período cubierto por la información financiera histórica hasta la fecha del documento de registro;

A continuación se presenta la evolución de las inversiones en inmovilizado realizadas por Indo durante el periodo 2005-Marzo 2008.

Inversiones (miles de euros)	mar-08	2007	2006	2005
Activos intangibles	79	564	885	1.053
Adquisiciones	79	564	885	730
Variación del perímetro de consolidación	0	0	0	323
Inmovilizado material	509	6.951	18.197	16.403
Adquisiciones	509	6.951	18.197 ⁽¹⁾	10.160
Variación del perímetro de consolidación	0	0	0	6.243
Inmovilizado financiero	0	2.896	3.714	6.532
Total Adquisiciones	588	10.411	22.796	17.422
Total Var. del perímetro de consolidación bruto	0	0	0	6.566
TOTAL INVERSIONES	588	10.411	22.796	23.988

(1) Incluye activación del valor de los terrenos y construcciones del edificio de Sant Cugat por 11,3 millones de euros

Fuente: Cuentas Consolidadas Intermedias a 31 de Marzo 2008, Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Durante todo el periodo 2005 - 2007, Indo ha invertido un total de 57,2 millones de euros (incluyendo las nuevas incorporaciones al perímetro de consolidación). Durante el primer trimestre del ejercicio 2008, la Compañía ha invertido 0,588 millones de euros.

En términos generales, las inversiones se han financiado a través de endeudamiento bancario y a través de recursos generados por la propia actividad de la Compañía. La distribución de deuda financiera es, en general, 80% préstamos bancarios y 20% leasing.

Inversiones en Activos Intangibles

La inversión en activos intangibles incluye la inversión en gastos de desarrollo, aplicaciones informáticas, concesiones y patentes y anticipos e inmovilizado en curso.

La inversión en gastos de desarrollo realizada durante el periodo 2005-2007 ascendió a 1,09 millones de euros y estuvo destinada principalmente a la Investigación y Desarrollo de nuevos proyectos que suponían plataformas de crecimiento para la Compañía. Los gastos de I+D se centraron principalmente en la unidad de Lentes (50,6% del total) y Bienes de

equipo (35,2% del total). La inversión destinada a la unidad de Gafas (14,2%) corresponde al diseño de monturas.

Adicionalmente, y como política de innovación constante, el departamento de I+D trabaja en proyectos de investigación enfocados a la reducción de costes, adecuación tecnológica y mejora general de prestaciones de los equipos, con la finalidad de buscar la máxima competitividad de los productos ya existentes. En este sentido, la Compañía ha invertido en aplicaciones informáticas para el desarrollo de software destinado a asegurar la eficiencia y competitividad necesaria para gestionar las diferentes filiales y áreas de negocio. Destacar la inversión en el software para la automatización de los procesos productivos del laboratorio de El Papiol contratado a la prestigiosa firma sueca de automatización de plantas productivas Flexlink.

Inversiones en Inmovilizado material

Presentamos a continuación las inversiones en inmovilizado material realizadas por la Compañía durante el periodo 2005-2007.

Inversiones en Inmovilizado material (miles de euros)	2007	2006	2005
Terrenos y construcciones	1.653	11.025	3.133
Instalaciones técnicas y maquinaria	1.037	2.375	3.501
Mobiliario y utillaje	1.779	1.068	881
Eq. Informáticos y elementos de transporte	250	29	392
Anticipos e inmov. en curso	2.232	3.700	2.253
Total Adquisiciones	6.951	18.197	10.160
Total Var. del perímetro de consolidación bruto	0	0	6.243
TOTAL INVERSIONES INMOV. MATERIAL	6.951	18.197	16.403

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2005 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2006 y 2007

En referencia a las inversiones en inmovilizado material, éstas incluyen la inversión en terrenos y construcciones, la instalación de nuevas líneas de producción y la mejora de las instalaciones técnicas y equipos, así como las incorporaciones al perímetro de consolidación como consecuencia de la adquisición de empresas.

Durante los últimos tres años, la Compañía ha llevado a cabo un proceso de reorganización de sus plantas productivas y laboratorios con el objetivo de llevar a cabo una concentración y especialización de sus actividades, que ha conllevado el cierre de algunos laboratorios y la deslocalización de la producción a Asia. Adicionalmente, Indo ha trasladado su sede central, con el objetivo de reducir costes, modernizar sus instalaciones, ser más eficiente y, en consecuencia, incrementar la competitividad. Se muestra a continuación, las inversiones realizadas durante el periodo 2005-2007 agrupadas por destino, y se describe el proceso de reestructuración llevado a cabo por la Compañía con el objetivo de contextualizar las inversiones acometidas:

Inversiones en inmovilizado material (miles de euros)	2007	2006	2005	Total
1. Cambio de sede central	2.498	14.040 ⁽¹⁾	913	17.451
2. Reorganización planta productivas de Lentes	1.315	1.700	2.714	5.729
- Vilafant	197	1.130	1.155	2.482
- Tailandia	1.118	570	1.559	3.247
3. Reorganización laboratorios	1.510	1.653	4.811	7.974
- El Papiol	1.410	1.653	3.900	6.963
- Marruecos	100	0	0	100
- Portugal	0	0	911	911
4. Otras inversiones ⁽²⁾	1.628	804	1.722	4.154
TOTAL	6.951	18.197	10.160	35.308

(1) Incluye activación del valor de los terrenos y construcciones del edificio de Sant Cugat por 11,3 millones de euros

(2) Inversiones menos relevantes en importe, tales como maquinaria para la planta de gafas de China, equipos informáticos, mobiliario para exposiciones y stands, etc.

Nota: Esta tabla no incluye cambios en el perímetro de consolidación

Fuente: La Compañía

Sumado a estas inversiones, la Compañía ha soportado importantes gastos y provisiones de reestructuración por importe de 17,95 millones de euros (2005-2007), con el fin de deslocalizar la producción y concentrar y especializar los laboratorios. Para mayor información sobre los traslados, costes incurridos, reducción de personal y ahorros estimados, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

1. Cambio de sede central

Históricamente, la sede central de Indo estaba en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona). En ella se ubicaban los servicios centrales e I+D, la producción de lentes progresivas minerales, un laboratorio de lentes orgánicas y minerales, un almacén de lentes y el proceso de verificación, montaje final y expedición de Bienes de equipo. Los principales motivos del traslado fueron:

- El espacio ocupado por Indo en L'Hospitalet era inadecuado puesto que el tamaño de las instalaciones era superior a las necesidades de la Compañía y a nivel de Grupo se necesitaba reorganizar las plantas productivas y acondicionarlas con instalaciones más modernas y automatizadas con el fin de incrementar la productividad.
- La sede central se encontraba en una zona de L'Hospitalet que estaba experimentando un proceso de reconversión de suelo industrial a suelo terciario y residencial, lo que suponía una potencial revalorización del solar. La venta le aportó una plusvalía de 15,3 millones de euros que permitió financiar parte de la reorganización de la Compañía.

Por todo ello, Indo decidió cambiar la ubicación de su sede central de L'Hospitalet a Sant Cugat del Vallés (Barcelona).

Durante el año 2007, se llevaron a cabo inversiones por importe de 2,5 millones de euros en acondicionar la nueva sede central en Sant Cugat y en mejorar las instalaciones y sus sistemas. Estas inversiones se iniciaron en el año 2006, un año después de que Indo firmara

un acuerdo de arrendamiento financiero y opción de compra sobre dicho inmueble. En 2007, los servicios centrales y el departamento de I+D de la Compañía se trasladaron de L'Hospitalet a Sant Cugat. En Febrero de 2008, Indo firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra sobre dicho edificio y posterior arrendamiento del mismo, por no considerarse estratégico y por implicar, el ejercicio de la opción, un incremento adicional del endeudamiento.

En el ejercicio 2006, tuvo lugar la mayor parte de la salida de L'Hospitalet. La Compañía consideró que el contrato de opción de compra del edificio de Sant Cugat, formulado en el año 2005, cumplía con determinadas condiciones exigidas por la NIC 17 y procedió a contabilizarlo como arrendamiento financiero, por lo que activó el valor de los terrenos y construcciones a los que hace referencia dicho contrato, lo que supuso un incremento en el inmovilizado material por 11,3 millones de euros. Adicionalmente, en este año, se iniciaron las inversiones en acondicionamiento de la nueva sede por importe de 2,5 millones de euros.

La inversión realizada en el 2005 ascendió a 0,91 millones de euros y correspondió principalmente al pago de la primera cuota de la opción de compra de la sede de Sant Cugat.

2. Reorganización plantas productivas de Lentes

Desde el año 2001, la unidad de Lentes contaba con tres plantas productivas, una en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), donde se fabricaban lentes progresivas minerales, otra en Vilafant (Girona), donde se fabricaban lentes orgánicas y moldes minerales que se precisaban para la producción de lentes orgánicas, y la tercera en Marruecos, donde se fabricaban lentes monofocales minerales. En 2004, la Compañía creó la cuarta planta productiva en Tailandia, donde se fabrican lentes monofocales de material Superfin (materia orgánica de índice de refracción medio de 1,523). El objetivo era deslocalizar la estructura productiva de la Compañía desde España al sudeste asiático, buscando una mejora en los costes laborales y en los costes unitarios de producto. Con anterioridad, la producción de este tipo de lentes se fabricaba parcialmente en Vilafant y el resto se subcontrataba a un tercero. El principal beneficio que aportaba la fabricación propia respecto a la subcontratación era el control y la estabilidad de la calidad.

• Inversiones en Vilafant

En el ejercicio 2006, la Compañía procedió al cierre de la planta productiva de L'Hospitalet con el consiguiente traslado de la producción de lentes progresivas minerales de L'Hospitalet a las plantas de Vilafant. Ese año, Indo invirtió 1,13 millones de euros en reordenar y acondicionar la planta de Vilafant con el fin de poder absorber el traslado de la producción de lentes progresivas minerales. En el ejercicio 2007, se siguió invirtiendo 0,2 millones de euros en concepto de maquinaria e instalaciones para la nueva distribución industrial de la planta productiva de Vilafant.

Anteriormente, en la planta de Vilafant se fabricaban lentes monofocales orgánicas (a excepción de las lentes monofocales orgánicas Superfin que se fabricaban en Tailandia), tratamientos endurecedores y antirreflejantes y moldes minerales básicos para la fabricación de lentes orgánicas. Con el cierre de L'Hospitalet, la planta de Vilafant pasó a

dedicarse adicionalmente a la fabricación de lentes orgánicas progresivas Superfin y Ultrafin, progresivas minerales y lentes monofocales especiales.

Durante el ejercicio 2005, Indo invirtió 1,16 millones de euros en dotar la planta de maquinaria, instalaciones y moldes para la fabricación de lentes orgánicas por el sistema "tape" (sistema que utiliza la cinta adhesiva como fijador de moldes y que sustituye la fijación de moldes con juntas). Asimismo, también se iniciaron las obras para el acondicionamiento de un nuevo almacén de juntas próximo a Vilafant, en la localidad de Vilamalla (Girona).

- Inversiones en Tailandia

Durante el ejercicio 2007, se realizaron inversiones por importe de 1,12 millones de euros en acondicionar las instalaciones de la planta productiva de lentes de Tailandia, con el fin de absorber los siguientes procesos de fabricación que durante el 2007 se trasladaron de Vilafant (Girona) a Tailandia: el proceso productivo antireflejante, la producción de lentes progresivas blancas (lentes transparentes sin ningún tratamiento) y fotocromáticas (lentes que se oscurecen con la luz) y la producción de lentes bifocales orgánicas.

Actualmente Indo está analizando la posibilidad de iniciar la producción en Tailandia de lentes orgánicas CR-39 que actualmente subcontrata a Corea, con el objetivo de obtener una mayor eficiencia productiva y utilización de la capacidad productiva de la planta. Cabe destacar que la capacidad máxima actual de la fábrica tailandesa es de 4 millones de lentes, por lo que una vez alcanzada la capacidad máxima, aquella fabricación de lentes orgánicas CR-39 que no pudiera producirse en Tailandia, se seguiría subcontratando a Corea.

Durante el ejercicio 2006, Indo invirtió 0,57 millones de euros en acondicionar la planta, con el objetivo de absorber el proceso de tratamientos de lentes (endurecidos) y el proceso de coloración Indosol procedentes de Vilafant.

Durante el ejercicio 2005, Indo invirtió 1,56 millones de euros en la puesta en marcha de la planta, creada en el año 2004, con el objetivo de deslocalizar la fabricación de lentes orgánicas. En este sentido, en 2005, tuvo lugar el traslado de la producción de lentes orgánicas Superfin (materia prima para realizar lentes orgánicas) de Vilafant a Tailandia. Este traslado en sí no supuso inversión adicional relevante puesto que se procedió al traslado de la línea de producción de Vilafant.

3. Reorganización de laboratorios

Históricamente, Indo contaba con una red muy amplia de laboratorios ubicados en diferentes ciudades de España, así como con laboratorios de lentes en sus filiales internacionales. En los años 90, la Compañía inició la concentración de laboratorios, cerrando los laboratorios que tenía en A Coruña, Palma de Mallorca, Zaragoza y Murcia, y potenciando el laboratorio de L'Hospitalet (Barcelona) y el de Alcobendas (Madrid).

Durante el periodo 2005-2007, Indo inició un proceso de reorganización del resto de laboratorios, con el objetivo de mejorar la eficiencia en el servicio a través de la especialización y la concentración. La intención de la Compañía es pasar de tener una estructura de muchos laboratorios que hacen casi todo tipo de material para su área de

influencia, a un modelo de concentración y especialización de laboratorios. Este proceso de reorganización conlleva el cierre de parte de los laboratorios.

En 2005, la Compañía procedió a la creación de un nuevo laboratorio en El Papiol (Barcelona), además de los laboratorios existentes en Madrid, Valencia, Bilbao, Las Palmas, Sevilla, L'Hospitalet y Málaga. Como consecuencia del proceso de reorganización de laboratorios, el laboratorio de Sevilla se cerró en el ejercicio 2005, el laboratorio de L'Hospitalet en 2006 y en el ejercicio 2008 el laboratorio de Málaga.

A día de hoy, el laboratorio de El Papiol es un laboratorio en proceso de automatización y robotización. Una vez finalizado el Proyecto Flexlink (automatización procesos) y realizado la totalidad de los traslados al laboratorio de El Papiol, la plantilla de los laboratorios representará un 33% del total de plantilla de laboratorio de Indo de hace diez años.

- El Papiol

En el ejercicio 2007, Indo invirtió 1,41 millones de euros en automatizar el laboratorio (Proyecto Flexlink), con el objetivo de convertir el laboratorio de El Papiol en un laboratorio moderno y automatizado que englobe actividades de talla y tratamientos de lentes orgánicas (laboratorio de lentes de encargo) y taller de montaje de lentes en la montura (laboratorio de montaje).

En el ejercicio 2005 y 2006, se iniciaron y se ampliaron, respectivamente, las inversiones en la creación y acondicionamiento del nuevo laboratorio de El Papiol por importe de 3,9 y 1,65 millones de euros, respectivamente. El objetivo era aumentar la capacidad del laboratorio para hacer frente al traslado de la actividad de los laboratorios de lentes orgánicas procedente de Sevilla (laboratorio cerrado en 2005) y L'Hospitalet (laboratorio cerrado en 2006). Con el cierre de Sevilla y L'Hospitalet, la talla de lentes minerales se trasladó a Marruecos y Bilbao, respectivamente. En Sevilla se ha mantenido un pequeño local con equipo comercial y un pequeño almacén de lentes terminadas para dar servicios a las ópticas de Andalucía Occidental.

Adicionalmente, se invirtió en maquinaria e instalaciones, para la puesta en marcha de la segunda línea de Free-Form y en norias para el almacén del laboratorio. La primera línea Free-Form se trasladó desde el laboratorio de L'Hospitalet.

En el mes de Abril de 2008, la Compañía ha cerrado el laboratorio de Málaga, trasladando al laboratorio de El Papiol el proceso de tallado de lentes orgánicas y al laboratorio de Marruecos el tallado de lentes minerales. La talla de lentes de policarbonato, que antiguamente se realizaba en el laboratorio de Málaga, después de su cierre, ha pasado a subcontratarse. En el centro de Málaga se mantienen las oficinas y un almacén de lentes terminadas para dar servicio a Andalucía Oriental.

- Marruecos

Históricamente, en Marruecos la Compañía fabricaba lentes minerales y tenía un laboratorio de lentes minerales y orgánicas y una delegación comercial. Durante el 2007, Indo procedió al cierre de la planta productiva de lentes minerales y, desde entonces, la Compañía está comprando las lentes minerales a un proveedor externo, ya que los costes

resultantes de la subcontratación a países del Extremo Oriente (China e India) son menores que los de la producción propia.

Tras el cierre de la planta productiva en 2007, se ampliaron las instalaciones del laboratorio de Marruecos con el fin de concentrar en este laboratorio las actividades de talla y tratamiento de lentes minerales de los distintos laboratorios españoles y así convertirse en el laboratorio de la Compañía que provee a toda Europa de este tipo de lentes. La inversión realizada en 2007 fue de 0,1 millones de euros. A fecha de verificación del presente Documento, Indo ha trasladado la talla de lentes minerales de Málaga al laboratorio de Marruecos.

- Portugal

En el ejercicio 2005, tuvo lugar el traslado de la delegación comercial y laboratorio de lentes de Portugal a unas nuevas instalaciones en ese mismo país, pero en régimen de arrendamiento financiero. La inversión ascendió a 0,91 millones de euros.

4. Cambios en el perímetro de consolidación

En 2005, la incorporación al perímetro de consolidación ascendió a 6,2 millones de euros, de los cuales 4,6 correspondieron a la adquisición del 75% de la sociedad alemana Werner Schulz GMBH & Co KG. A fecha de cierre del ejercicio 2005, Indo ostentaba el 100% del grupo alemán.

Cabe destacar que la unidad de Lentes es la que más inversión en inmovilizado material ha requerido. En concreto en el ejercicio 2007, la unidad de Lentes supuso un 40,6% del total de inversiones realizadas (2,8 millones de euros), en el ejercicio 2006 un 18,4% (3,4 millones de euros) y en el ejercicio 2005 un 74,1% de las inversiones realizadas (7,5 millones de euros). El resto de inversiones fueron principalmente inversiones de carácter general no asignables a ninguna unidad de negocio, como por ejemplo, las inversiones en acondicionamiento del edificio de Sant Cugat en el ejercicio 2007 o la activación de los terrenos y construcciones de la opción de compra de Sant Cugat en el 2006.

Inversiones en Inmovilizado financiero

En inmovilizado financiero se incluyen los créditos a clientes, depósitos y fianzas y cartera de valores a largo plazo.

Las inversiones realizadas en inmovilizado financiero durante el periodo analizado corresponden en su mayoría a "créditos a clientes". En esta partida se encuentran registradas diversas cuentas a cobrar por créditos otorgados a determinadas ópticas, considerando corrientes aquellas con vencimiento inferior a doce meses y como deudas no corrientes las de vencimiento superior a dicho plazo. Dichas deudas han devengado un tipo de interés medio del 6,3% en el ejercicio 2007. Estas cuentas a cobrar son fruto de la expansión de programas de fidelización y apoyo a clientes, principalmente en el mercado español. En este sentido, las ópticas se comprometen a comprar ciertos volúmenes a Indo e Indo a cambio les ayuda a financiar el desarrollo de su plan de expansión. A 31 de Diciembre de 2007, el importe de estos créditos a clientes no corrientes ascendía a 11,67 millones de euros. El importe total de dichos créditos (corrientes y no

corrientes) ascendía a 12,8 millones de euros. El plazo medio de estos créditos es de 3 a 4 años.

La reducción de los créditos a clientes en el ejercicio 2006 y 2007 fue debida a la amortización de algunos de los préstamos otorgados a clientes siguiendo el plan de fidelización diseñado por Indo.

Financiación de las inversiones

La Compañía ha financiado las inversiones descritas anteriormente a través de recursos generados por la propia actividad de la Compañía y a través de endeudamiento bancario.

Adicionalmente Indo ha recibido, durante el periodo 2005-2007, subvenciones por un importe total de 0,48 millones de euros, que han ayudado a financiar algunos de las inversiones descritas anteriormente, principalmente proyectos de investigación y desarrollo.

Como consecuencia de la mayor necesidad de inversión que requiere la unidad de negocio de Lentes, el pasivo de esta unidad es también considerablemente superior al de las otras unidades de negocio. En concreto, en el ejercicio 2007 la unidad de negocio de Lentes supuso aproximadamente el 51% del total de pasivos, la unidad de Gafas el 22% y la de Bienes de equipo el 27% restante.

A fecha de verificación del presente Documento, el inmueble de Aravaca (Madrid) se encuentra clasificado en el epígrafe de activos mantenidos a la venta. Si se produjese la venta del mismo, ello podría suponer una fuente de financiación adicional. La Compañía ha estimado el valor de mercado de dicho inmueble en 3,8 millones de euros.

Desinversiones de activos

Durante el ejercicio 2007, se materializó la venta de los inmuebles y activos de la filial de Marruecos, por un precio de venta de 257 miles de euros y con un beneficio neto de 18 miles de euros.

En el ejercicio 2006, se produjo la venta del inmueble en el que se encontraba el laboratorio de Sevilla, que generó una plusvalía de 2,2 millones de euros y que el grupo contabilizó en el epígrafe "ingresos netos por venta de inmovilizado" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada.

En el ejercicio 2005, Indo materializó la venta de los inmuebles situados en el término municipal de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) por un importe de 16,8 millones de euros.

5.2.2. Descripción de las inversiones principales del emisor actualmente en curso, incluida la distribución de estas inversiones geográficamente (nacionales y en el extranjero) y el método de financiación (interno o externo);

El presupuesto de inversiones para el ejercicio 2008 asciende a 4,419 millones de euros.

Inversiones presupuestadas (miles de euros)	Importe
Inmovilizado material	2.804
Inmovilizado inmaterial	665
Inmovilizado financiero	950
TOTAL INVERSIONES	4.419

Fuente: la compañía

La inversión en inmovilizado material presupuestada para el ejercicio 2008 asciende a 2,8 millones de euros. Destacar la inversión para la creación de la cuarta línea de producción de lentes con tecnología de talla directa Free-Form en el laboratorio de El Papiol, la inversión en el proyecto de automatización de El Papiol, la inversión en maquinaria para los distintos laboratorios de lentes y la inversión en la planta productiva de Tailandia.

Las inversiones presupuestadas en inmovilizado inmaterial ascienden a 0,66 millones de euros. Destacar la inversión en el desarrollo de prototipos para la unidad de Bienes de equipo y la inversión en software corporativos, principalmente como consecuencia del cambio de versión de SAP. En este sentido, mencionar que toda la Compañía se gestiona bajo SAP desde 1999 en el ámbito financiero, habiéndose ampliado a otras áreas operativas de la Compañía. Tan solo algunas filiales de pequeña dimensión están pendientes de incorporar SAP, previéndose su implementación en la medida que ésta resulte rentable.

En cuanto al inmovilizado financiero, Indo prevé invertir 0,95 millones de euros en créditos a ópticas, con el objetivo de continuar con el programa de fidelización y apoyo a clientes, principalmente en el mercado español.

A 31 de Marzo de 2008, la Compañía ha invertido 0,588 millones de euros, un 13,3% del importe total de inversiones presupuestadas para este año.

La Compañía prevé financiar la totalidad de las inversiones comprometidas a través de:

- Recursos generados por la propia actividad de la Compañía en el ejercicio 2008. A cierre 2007 Indo registró un resultado de explotación antes de amortizaciones, resultados financieros e impuestos (Ebitda) de 7,7 millones de euros.
- Efectivo y otros medios equivalentes. A 31 de Diciembre de 2007 el Balance de Situación presentaba un efectivo de 2,38 millones de euros.
- Cesión de la opción de compra del edificio de Sant Cugat y venta de las instalaciones con el consiguiente cobro de 6 millones de euros, acuerdo firmado

con posterioridad al cierre del ejercicio 2007. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

- Se estima que parte de los 16,69 millones de euros provenientes de la Ampliación de Capital prevista con posterioridad a la fecha de verificación del presente Documento, descrita en el apartado 21.1.5 del presente Documento, se destinen a financiar las inversiones descritas anteriormente.

Actualmente, la Compañía está analizando posibles desinversiones adicionales de activos patrimoniales no estratégicos.

La Compañía no estima incrementar su nivel de endeudamiento para financiar las inversiones presupuestadas en 2008.

5.2.3. Información sobre las principales inversiones futuras del emisor sobre las cuales sus órganos de gestión hayan adoptado ya compromisos firmes.

El importe total de inversiones presupuestadas para el ejercicio 2008 asciende a 4,419 millones de euros. A 31 de Marzo de 2008, la Dirección de Indo ha materializado inversiones por un importe de 0,588 millones de euros, un 13,3% sobre las inversiones presupuestadas.

El importe de inversiones comprometidas a fecha de verificación del presente Documento de Registro asciende a 1,233 millones de euros (incluyendo las 0,588 millones de euros ya realizadas) y representan un 27,9% del total de inversiones presupuestadas para el 2008.

Adicionalmente, a 31 de Diciembre de 2007, Indo cuenta con los siguientes contratos de opción de compra (inversiones no en firme) y ha concedido las siguientes opciones de venta a terceros (inversiones en firme si la otra parte ejerce la opción):

- Opción de venta del 43,2% Indelor Lens Thailand a favor de los accionistas minoritarios y opción de compra del 43,2% de Indelor Lens Thailand a favor de Indo Internacional, S.A.
- Opción de compra del 40% de Vogartline España S.A. a favor de De Rigo y opción de compra de un 10% adicional de Vogartline España S.A. a favor de Indo.
- Opción de compra del 24% adicional de Optical Equipment Group a favor de Indo.
- Opción de compra sobre el 93% de las acciones de Expansión Visual a favor de Indo.

Si Indo ejerciese sus opciones de compra y/o se ejerciesen las opciones de venta concedidas a terceros, existiría un compromiso de afrontar los pagos de dichas opciones.

Para mayor detalle sobre las características y condiciones de las anteriores opciones, ver el apartado 21.1.6 del presente Documento de Registro.

6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

6.1. Actividades principales

6.1.1. Descripción y factores clave relativos al carácter de las operaciones del emisor y de sus principales actividades, declarando las principales categorías de productos vendidos y/o servicios prestados en cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica;

Indo es una multinacional española dedicada a la fabricación y comercialización de lentes oftálmicas, monturas, gafas de sol y bienes de equipo para las ópticas y oftalmólogos. También ofrece servicios de instalación e interiorismo en establecimientos ópticos y gabinetes oftalmológicos.

El modelo de negocio de Indo se divide en tres unidades de negocio:

1. Lentes: fabricación y distribución de lentes oftálmicas. Indo no fabrica ni distribuye lentes de contacto o lentillas.
2. Gafas: fabricación y/o distribución de monturas (para incorporar en ellas lentes oftálmicas) y gafas de sol propias, licenciadas y de terceros. Esta unidad de negocio no incluye la venta de lentes oftálmicas.
3. Bienes de equipo: fabricación y/o distribución de maquinaria e instrumentos destinados al sector óptico y oftalmológico, así como servicios de interiorismo en establecimientos ópticos y gabinetes oftalmológicos.

A continuación se presenta el desglose de las principales magnitudes financieras por unidad de negocio para el periodo 2005-2007:

Desglose de las principales magnitudes financieras por unidad de negocio

(miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% s/consolidado Indo		
						2007	2006	2005
Lentes								
Cifra de negocios	70.915	(8,5%)	77.530	(3,9%)	80.680	50,0%	52,2%	53,7%
Resultado de explotación (Ebit)	(631)	(124,7%)	2.558	41,9%	1.803	-	39,9%	193,5%
Gafas								
Cifra de negocios	31.251	(2,9%)	32.183	6,1%	30.336	22,1%	21,7%	20,2%
Resultado de explotación (Ebit)	(62)	(114,3%)	433	-	(19)	-	6,8%	(2,0%)
Bienes de equipo								
Cifra de negocios	39.484	2,1%	38.676	(1,6%)	39.307	27,9%	26,1%	26,1%
Resultado de explotación (Ebit)	3.069	(13,2%)	3.537	24,1%	2.849	-	55,2%	-
No asignables a ninguna unidad de negocio								
Cifra de negocio	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultado de explotación (Ebit)	42	(134,1%)	(123)	(96,7%)	(3.701)	1,7%	(1,9%)	(397,1%)

Fuente: Cuentas Anuales Auditadas Consolidadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Para mayor detalle sobre la evolución de la cifra de negocios y el resultado de explotación (Ebit) por unidad de negocio, ver apartado 9.2 del presente Documento de Registro.

Tal y como se observa en la tabla anterior, la unidad de Lentes es la más importante a nivel de ventas, aportando un 50% de la cifra de negocios consolidada en 2007 frente a un 22% de la unidad de Gafas y un 28% de los Bienes de equipo.

En cuanto a la aportación de cada una de las unidades de negocio al resultado de explotación consolidado (Ebit), cabe destacar que la unidad de Bienes de equipo es la única que presentó resultados positivos en 2007 y que, por tanto, es la única que aportó resultados al consolidado. En este sentido, la unidad de Bienes de equipo registró un resultado de explotación (Ebit) de 3 millones de euros, que sirvió para compensar las pérdidas de Lentes (-0,631 millones de euros) y Gafas (-0,062 millones de euros). Como consecuencia de lo anterior, el resultado de explotación (Ebit) del Grupo Indo consolidado se situó en 2,4 millones de euros en 2007.

Los factores que han provocado unos resultados insuficientes en la unidad de negocio de Lentes han sido los siguientes:

- Presión de precios como consecuencia de la competencia asiática en las familias de producto de menor valor añadido como son las lentes monofocales básicas.
- Falta de rentabilidad de las filiales alemana, americana e italiana. Para mayor detalle, ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro.
- Desaceleración del consumo en el mercado español. Para mayor detalle, ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro.

Por otro lado, los factores que causaron el deterioro del resultado de explotación (Ebit) de la unidad de negocio de Gafas fueron los siguientes:

- Entrada de productos de bajo valor añadido procedentes de Asia a precios muy competitivos.
- Pérdida de la marca Lacoste por parte del grupo francés L'Amy, con la consiguiente pérdida del contrato de distribución de esta marca.
- Traspaso de las colecciones Sting y Givenchy a Vogartline, pasando de consolidar las ventas por integración proporcional a consolidar los resultados por puesta en equivalencia.
- Desaceleración del consumo en el mercado español. Para mayor detalle, ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro.

La unidad de negocio de Bienes de equipo continuó su evolución positiva a nivel de ventas como consecuencia de los siguientes aspectos:

- Incremento de la red comercial en los mercados internacionales, principalmente Francia y Estados Unidos, y creación de la figura de comercial "Product Specialist" en el mercado español, quien cuenta con formación técnica óptica y realiza la venta de productos de mayor complejidad técnica que requieren demostración y seguimiento.

- Renovación de la gama de maquinaria (línea Advance) e incremento de la gama de instrumentos, gracias a nuevos acuerdos de distribución de instrumentos en los mercados internacionales. Algunos de estos nuevos instrumentos son el láser quirúrgico y los paquímetros (medidor del espesor de la córnea para la cirugía refractiva o láser).

Sin embargo, en 2007, esta unidad presentó una caída del margen de explotación, pasando a representar un 7,8% sobre la cifra de negocios frente a un 9,1% registrado en 2006. Este descenso es principalmente consecuencia del cambio de mix de clientes en el ejercicio 2007 pasando a tener mayores ventas a cadenas de ópticas, el segmento de mercado que está representando mayor crecimiento en España. Las condiciones comerciales de las cadenas son más exigentes que las de las ópticas independientes y ejercen una mayor presión en precios, impactando así en el margen de explotación de los fabricantes.

En el ejercicio 2005, la Compañía registró un resultado de explotación (Ebit) negativo de 3,7 millones de euros no asignable a ninguna unidad de negocio. Este importe correspondió a una serie de gastos originados por el traslado de la sede de L'Hospitalet de Llobregat a Sant Cugat que no pudieron ser registrados como resultado extraordinario y en consecuencia, se registraron como gastos de explotación. Entre estos gastos destacan unas bajas incentivadas por jubilación por importe de 1,7 millones de euros, así como costes de salida de las instalaciones de L'Hospitalet y otros gastos asociados al acondicionamiento del edificio de L'Hospitalet para su entrega al promotor inmobiliario.

A continuación se describen las unidades de negocio de Indo para su mejor comprensión, haciendo hincapié en las familias de productos y servicios de cada unidad.

Unidad de Negocio de Lentes

Introducción

La unidad de Lentes representó en el ejercicio 2007 aproximadamente un 50% de la cifra de negocios de Indo y se divide principalmente en cinco familias de productos:

- **Monofocales:** Son las lentes más comunes. Se caracterizan por tener una sola distancia focal, es decir, una sola graduación que compensa las ametropías: miopía o hipermetropía. Al mismo tiempo, el ojo humano puede o no tener una distorsión de la imagen percibida, ametropía denominada astigmatismo, que se corrige con la misma lente monofocal que compensa la miopía o la hipermetropía. Este tipo de lentes es adecuada para personas de edades inferiores a los 40/45 años, que no padecen presbicia ni vista cansada. Se trata de un producto básico con escasos componentes innovadores, aunque gracias a sus materiales, tratamientos y nuevas técnicas de fabricación, pueden también ser de alto valor añadido. Según un estudio de 2007 realizado por la Asociación Española de fabricación, comercialización e importación general de Óptica y Oftalmología (en adelante AEO), este tipo de lentes supuso un 73,9% de las ventas en unidades de lentes y un 40% en valor, por lo que, hoy por hoy, es uno de los mercados más importantes dentro del sector de lentes.

- Bifocales: Las lentes bifocales tienen dos focos (dos graduaciones), una para ver de lejos en la parte superior y otra para ver de cerca en la parte inferior, siendo visible la línea de división entre ambas, lo que se visualiza como una lentilla o segmento para visión cercana. Son adecuadas para aquellas personas que padecen presbicia o vista cansada. El uso de estas lentes se concentra principalmente en la población de edades superiores a 40/45 años. Se trata de un producto básico con muchos años de antigüedad y que está siendo sustituido por las lentes progresivas. Según el estudio realizado por AEO, las lentes bifocales en 2007 en España supusieron un 3,15% de las ventas en unidades totales de lentes oftálmicas y un 4,5% en valor.
- Progresivas: Son lentes similares a las bifocales, es decir, con más de un foco o graduación. En la parte inferior de la lente, las lentes progresivas están graduadas de cerca y la superior graduadas para visión lejana con un pasillo entre dichas zonas que cubre la visión intermedia. En las lentes progresivas no se aprecia la línea de división entre las distintas graduaciones ya que va pasando de una a otra progresivamente. Son adecuadas para personas que realizan tareas que requieren una visión nítida a diferentes distancias. Su uso se concentra en la población de edad superior a 40/45 años que padecen vista cansada o presbicia, y que adicionalmente pueden padecer una o varias ametropías. Por la mejor estética de las lentes progresivas, al no observarse la línea de división entre graduaciones, éstas están sustituyendo a las lentes bifocales. Según AEO, las lentes progresivas representaron en 2007 un 23% de las ventas totales de lentes oftálmicas en unidades y un 55,4% en valor.

Indo fabrica las lentes progresivas utilizando dos tecnologías: la tecnología de talla tradicional y la tecnología de "talla directa" Free-Form. Esta última tecnología aporta un valor añadido superior respecto a la tecnología tradicional al solucionar el mayor inconveniente de la tecnología tradicional: la no adaptación de las mismas a las necesidades específicas de cada cliente. Así pues, la tecnología Free-Form que Indo ha desarrollado y lanzado recientemente al mercado permite tallar sobre la superficie de las lentes diferentes geometrías de muy alta complejidad con gran exactitud y personalización del diseño. Los diseños de lentes progresivas fabricadas por Indo con esta tecnología se enmarcan en lo que Indo denomina "Mundo MADE". Esta categoría presenta una amplia gama de soluciones personalizadas y especializadas donde destacan las lentes EyeMADE y LifeMADE. Todos los diseños Free-Form están disponibles para la mayoría de lentes orgánicas.

- Tratamientos: Indo ofrece, adicionalmente, tratamientos para la superficie de las lentes con el objetivo de mejorar las prestaciones de las lentes. Algunos de estos tratamientos son endurecidos, tratamientos antirreflejos y coloraciones, entre otros que permiten mejorar la resistencia al rayado, mejorar la agudeza visual y la nitidez de visión y la protección solar, respectivamente.
- Cesión de la tecnología Free-Form a terceros: Se trata de un negocio independiente por el cual Indo cede su tecnología a otros laboratorios de forma telemática y cobra a cambio un royalty por lente producida (entre 1€ y

5€ por lente producida). A través de la cesión de la tecnología Free-Form, Indo accede a los mercados a los que a través de su red comercial y de laboratorios no hubiera sido factible llegar por su ubicación geográfica y complejidad logística inherente. De este modo, Indo incrementa la penetración de su tecnología, sin canibalizar ventas. La cesión de esta tecnología funciona como un sistema prepago, en el que se instala un software en la máquina de talla y pulido del cliente que le permite realizar un número máximo de lentes, que varía en función del contrato. Una vez se alcanza esta cifra, el usuario ya no puede tallar más lentes con esta tecnología por lo que si desea continuar con el servicio, debe pagar de nuevo el royalty establecido. Con este sistema se evita el posible plagio de la tecnología de Indo.

Además de clasificar las lentes por la geometría de su superficie, es decir, por foco, las lentes también se clasifican por el material (composición del medio refractante). Si atendemos a la composición del medio refractante, existen principalmente dos tipos de lentes: lentes orgánicas y lentes minerales, que se explicarán con posterioridad.

Factores clave de mercado

1. El mercado de lentes oftálmicas es el más importante del sector óptico.

La población española en 2005 era de aproximadamente 44 millones de personas. Según datos aportados por la Federación Española de Asociaciones del sector Óptico, en adelante FEDAO, el 47% de la población (20,7 millones de personas) utilizaba algún método de compensación visual. Dentro de este colectivo, 17,6 millones de personas utilizaban gafas, es decir, un 85% del total de población que utiliza algún método de compensación visual. El sector de las lentes oftálmicas era el segmento más importante en el ámbito de la óptica (45% de la facturación total). Este porcentaje se incrementaba progresivamente, hasta llegar casi al 100%, a medida que se analizaba la población de mayor edad.

FEDAO no ha realizado ningún otro estudio posterior al año 2005, por lo que no se dispone de datos del sector óptico más actualizados.

Presentamos a continuación productos y servicios complementarios y/o sustitutivos:

- Lentes de contacto o lentillas

El uso de lentes de contacto es complementario al uso de lentes oftálmicas, es decir, normalmente el usuario de lentes de contacto también es usuario de lentes oftálmicas. Sin embargo, el usuario de lentes oftálmicas no tiene por qué ser usuario de lentes de contacto. Cabe destacar que el uso de lentes de contacto se concentra principalmente en el segmento de menor edad. Según FEDAO, en 2005 tan solo un 15% de la población usaba lentes de contacto y productos de limpieza de lentes de contacto (3,1 millones de personas). Entre estos, el 51% de la población tenía entre 18 y 24, un 38% entre 25 y 44 años, mientras que sólo un 7% de la población tenía entre 45 y 64 años de edad y entre los 65 y 75 años un 4%. Indo no fabrica ni comercializa lentes de contacto ni productos de limpieza de lentes de contacto.

- Cirugía refractiva

La cirugía refractiva busca corregir definitivamente los defectos refractivos de la miopía, hipermetropía y astigmatismo para que no sea necesario el uso de gafas o lentes de contacto.

El mercado de la cirugía refractiva presentó un gran crecimiento durante los primeros años tras su aparición. A partir de 2003, la cirugía refractiva inició un ritmo descendiente que afectó al mercado europeo y estadounidense. En España se realizaron un 62% menos de intervenciones en 2005 que en 2002, es decir, se pasó de casi 312.744 intervenciones registradas en 2002 a 195.050 en 2005. Esta caída progresiva se produjo principalmente por la reducción del número inicial de pacientes, que provocó la reducción de números de centros oftalmológicos que realizaban este tipo de cirugía y, consecuentemente, supuso una reducción de campañas de marketing, publicidad y comunicación de este servicio que abundó en un menor interés por parte de la población a este servicio. Uno de los frenos existentes en todo el mundo en la expansión de la cirugía refractiva es el riesgo implícito en la intervención quirúrgica. Adicionalmente, algunos defectos visuales, como la presbicia que afecta a una parte importante de la población a partir de los 40-45 años, no pueden ser corregidos por la cirugía refractiva, siendo el mercado más importante de lentes oftálmicas. Asimismo, algunas personas, debido a las características de su cornea y/o sus defectos visuales, tampoco pueden ser operados con cirugía refractiva. Es por todo esto, que en la actualidad, la cirugía refractiva no supone una seria amenaza al sector de lentes oftálmicas, sino que es una alternativa transitoria en la corrección visual de la persona.

2. Un mercado en crecimiento.

El mercado de lentes en España, en comparativa con el resto de países europeos, es uno de los mercados con mayor crecimiento y potencial a corto y medio plazo ya que España se encuentra a la cola de los países europeos en uso de sistemas de compensación. Mientras en Francia un 70% de la población utiliza sistemas de compensación, en Reino Unido un 68%, en Italia un 54% y en Alemania un 49%, en España tan sólo un 45% de la población los utiliza.

El mercado de las lentes se divide en tres: monofocales, bifocales y progresivas. Los diferentes tipos de lentes presentan diferentes características y crecimientos:

- El mercado de las lentes monofocales es un mercado maduro al tratarse de un producto básico con escasos componentes innovadores. Según un estudio de 2007 de AEO, el mercado de lentes monofocales decreció un 0,5% en valor, principalmente debido del descenso del precio por lente (-4,2%). Sin embargo, la incorporación de nuevos materiales, tratamientos y nuevas técnicas de fabricación, pueden hacer que las lentes monofocales sean productos de mayor valor añadido, suponiendo una barrera de entrada a potenciales competidores. Según datos de FEDAO, este mercado está creciendo en unidades entorno a un 5% anual, gracias a las promociones (por ejemplo la promoción de “la segunda gafa gratis”), los bajos precios provocados por la entrada de producto de origen asiático y el impulso de las marcas distribuidor, si bien el precio promedio de este tipo de lentes se ha visto reducido durante los últimos años. En 2007 el precio medio de venta del fabricante al óptico en lentes monofocales se situó en 8,21 €

por lente y se vendieron un total de 11,1 millones de lentes monofocales, suponiendo un 73,9% del mercado en unidades.

- El mercado de lentes bifocales es un mercado maduro ya que se trata de un producto básico con muchos años de antigüedad y que está siendo sustituido por las lentes progresivas. Según datos de AEO, el crecimiento de este mercado ha experimentado una caída de las unidades vendidas del 8% en 2007 respecto 2006, situándose el número de unidades vendidas en 0,474 millones y suponiendo un 3,15% del total de unidades del mercado de lentes. El mercado de lentes bifocales presentó en el ejercicio 2007 un descenso del 2,3% en valor y un precio promedio de venta fue de 21,6 €.
 - Las lentes progresivas son las que más crecen, tanto en unidades (entorno el 4%) como en precio medio (entorno el 5%) y representan un 55,4% del valor total facturado en lentes oftálmicas en el ámbito detallista y un 23% en unidades, según datos 2007 de AEO. Son lentes adecuadas para personas que requieren de una visión a diferentes distancias, visión tanto cercana como lejana (mayormente personas de edades superiores a los 40/45 años). En la actualidad, en España, existe un mercado potencial de 19 millones de personas con más de 42 años de edad. Con estos datos y, como consecuencia del aumento de la esperanza de vida y el progresivo descenso de la natalidad en los años anteriores, se espera que la población senior sea la de mayor crecimiento. Consecuentemente, las lentes progresivas son un mercado en crecimiento (entorno el 8% o 9%). El número de lentes progresivas vendidas en 2007 ascendió a 3,5 millones de lentes a un precio promedio de 36,5 euros. En las lentes progresivas existen importantes barreras de entrada por tratarse de productos de un elevado valor añadido, que requieren know-how e importantes inversiones I+D.
3. Las ventas de lentes oftálmicas se han visto afectadas negativamente por la presión en precios como consecuencia de dos factores:
- Aparición de productos procedentes de fabricantes asiáticos. Durante los últimos años, el sector óptico ha experimentado un incremento de la competencia entre fabricantes de lentes y gafas, como consecuencia de la aparición de empresas chinas y coreanas que ofrecen al óptico productos de bajo valor añadido a precios muy competitivos (aproximadamente el precio de venta de las lentes procedentes de Asia es un 50% menor que las lentes fabricadas en plantas europeas) y que actúan como "commodities". Esta competencia afecta, especialmente, a la venta de lentes monofocales de menor calidad y escaso valor añadido (representaron en 2007 un 22,2% de la cifra de negocios de Indo), así como a monturas y gafas de sol (representaron en 2007 un 22,1% de la cifra de negocios de Indo). En consecuencia, Indo está viendo reducido el número de unidades vendidas de lentes monofocales (-9% en 2007) y de gafas (-4,54% en 2007). Ante esta amenaza, Indo está dirigiendo su oferta de productos a aquéllos con un mayor valor añadido, como son las lentes progresivas de última generación talladas bajo la tecnología Free-Form ("Mundo MADE") y las gafas de calidad y diseño de marca de prestigio (gafas licenciadas).

Cabe destacar que, en la actualidad, la competencia procedente de países asiáticos en lentes progresivas es aún incipiente por tratarse de productos de mayor complejidad técnica y valor añadido. Sin embargo, existe la posibilidad que en un futuro, estos fabricantes mejoren su calidad e innovación y entren a competir en el mercado de lentes progresivas.

Con el objetivo de paliar la competencia en productos de bajo valor añadido, las empresas europeas, japonesas y norteamericanas han trasladado de forma parcial y total su fabricación a países asiáticos con el objetivo de reducir su coste laboral y de producción y, en consecuencia, mantener su competitividad. En este sentido, Indo ha llevado a cabo el traslado parcial de la producción de gafas a su planta en China y el traslado parcial de la producción de lentes orgánicas a su planta en Tailandia. A cierre del ejercicio 2007, el 65% de las monturas que fabricaba Indo se producían en China y el 55% de las lentes que fabricaba Indo en Tailandia. Asimismo, Indo ha automatizado y robotizado el laboratorio de talla y tratamiento de lentes orgánicas de El Papiol (Barcelona) y ha aumentado la capacidad productiva del laboratorio de lentes minerales de Marruecos, cuyos costes de producción son menores.

Desde el punto de vista del consumidor, cabe destacar que si bien el precio y la actividad promocional es un factor importante a la hora de adquirir lentes oftálmicas, no es un factor determinante, jugando un papel a su vez muy relevante la calidad del producto y la prescripción del oftalmólogo/óptico.

- Concentración de la distribución en cadenas y grupos de compra: Mayor poder del detallista (óptico). Según FEDAO, en 2005, el 74% de las ventas del sector óptico detallista se realizaron a través de cadenas de ópticas y grupos de compra. Estos últimos son un conjunto de ópticas que no pertenecen al mismo propietario y que se asocian para obtener mejores precios y condiciones de compra. Esta concentración de las ventas en el sector detallista ha provocado un mayor poder de compra del óptico, provocando una presión en los precios y en descuentos, impactando así, en el margen de explotación de los fabricantes.

Si bien la presión en precio es inevitable, desde el punto de vista de mercado, existen factores que pueden compensar estos efectos:

- El envejecimiento de la población implica cada vez más un mayor número de presbítas, lo que incrementa la demanda de lentes progresivas.
- La mejora de la renta per cápita: mayor poder adquisitivo y por tanto potencial incremento de la tasa de renovación de lentes.
- Crecimiento de la población española por inmigración y segunda residencia de turistas europeos con buen poder adquisitivo.
- El desarrollo del factor moda que fomenta la multiposesión, provocando con ello un incremento de la tasa de renovación de productos.

4. Importancia del prescriptor (óptico) y tendencia a la verticalización

Las ventas en el sector óptico se ven influidas por la figura del óptico que actúa de prescriptor en los productos ópticos. En consecuencia, tanto Indo como el resto de fabricantes de productos ópticos, presentan una cierta dependencia sobre esta figura. En el ejercicio 2007, el 97,2% de la cifra de negocios de Indo se originó en el sector óptico.

Con el objetivo de controlar las ventas del consumidor final mejorando la información entre los fabricantes y consumidores y evitar los desajustes de producción y demanda, así como la obsolescencia de los productos, los fabricantes de productos ópticos están tendiendo a tomar participaciones en cadenas de ópticas. Este es el caso de empresas multinacionales de importante presencia nacional e internacional como De Rigo (fabricante de monturas y gafas de sol) con General Óptica, Safilo (fabricante de monturas y gafas de sol) con la cadena de ópticas Loop Vision, la empresa de capital riesgo Bridgepoint a través de inversiones financieras en la cadena Alain Afflelou y en el fabricante de lentes Rodenstock, así como multinacionales como Luxottica (Italia) y Viva (Estados Unidos). Las operaciones corporativas entre fabricantes y cadenas de ópticas suponen una potencial amenaza para Indo, puesto que pueden implicar el cese parcial o total de las compras a Indo. Sin embargo, cabe destacar que a fecha de verificación del presente Documento de Registro, las operaciones de verticalización no han afectado a las ventas de Indo.

Asimismo, algunas cadenas de óptica, asociaciones y grupos de imagen (conjunto de ópticas asociadas para obtener mejores condiciones de compras que comparten una imagen común) están verticalizando su actividad, creando su propio laboratorio de talla, montaje y tratamiento de lentes oftálmicas, actividad realizada tradicionalmente por los fabricantes. Este es el caso, por ejemplo, de Visionlab y Grand Optical.

Las cadenas de ópticas son el segmento de mercado que más está creciendo. Las condiciones comerciales de estas cadenas son más exigentes que las de los detallistas independientes y, consecuentemente, ejercen una mayor presión en precios, impactando así, en el margen de explotación de los fabricantes.

En este sentido, Indo posee una opción de compra sobre el 93% del capital de la sociedad Expansión Visual, sociedad tenedora de valores, cuyas inversiones se centran en sociedades que poseen 64 establecimientos en régimen de alquiler, dedicados a la venta al detalle de productos ópticos (lentes, monturas, gafas de sol y otros similares). A cierre del ejercicio 2007, la cifra de ventas agregada de estos 64 establecimientos ascendió a 23,4 millones de euros y el resultado de explotación (Ebit) a -63 miles de euros. Indo está analizando el interés estratégico y viabilidad de ejercer la opción de compra, si bien, en la actualidad, la Compañía no tiene la intención de ejercer dicha opción en el corto plazo. Esta opción de compra nació como garantía adicional de retorno de parte de los préstamos concedidos por Indo descritos en el párrafo siguiente. Para mayor detalle sobre dicha opción, ver el apartado 21.1.6 del presente Documento de Registro.

Indo está llevando a cabo programas de fidelización y apoyo a sus clientes, otorgándoles créditos para que financien el desarrollo de su negocio y plan de expansión. A cambio de esta financiación, las ópticas se comprometen a comprar ciertos volúmenes a Indo. A 31 de Diciembre de 2007, el importe total de estos créditos a clientes ascendió a 12,8 millones

de euros y se encuentran contabilizados en la partida de activos financieros (corto plazo) y en la partida de inversiones financieras corrientes (largo plazo).

5. Calidad del servicio: rendimiento y servicio de entrega

El precio de venta de los fabricantes es un factor clave en el mercado de las lentes oftálmicas, si bien no es un factor determinante. La calidad del producto y el servicio ofrecido al óptico, así como el plazo de entrega juegan también un papel muy relevante. A menudo, el rendimiento de los laboratorios de lentes no es totalmente eficiente, por lo que un determinado número de lentes no se produce a tiempo y, consecuentemente, el plazo de entrega de los productos al óptico se ve incrementado.

Con el objetivo de mejorar el rendimiento y servicio de entrega, Indo ha invertido en los últimos años en un laboratorio robotizado, automatizado y especializado en El Papiol, así como ha creado un "Customer Service" para ofrecer un servicio de atención al óptico que gestiona reclamaciones y/o peticiones.

6. Importancia de la inversión en I+D y en maquinaria

En el sector de lentes oftálmicas, la inversión en I+D, así como la inversión en maquinaria e instalaciones de primer nivel, son un factor clave. Por un lado, cerca de 24 personas conforman el equipo de I+D de Lentes (47,1% del departamento de I+D de Indo), invirtiendo aproximadamente un 3,5% de las ventas de la unidad en I+D para el desarrollo de nuevos productos, entre los que destacan las lentes progresivas y los tratamientos. Asimismo, la inversión continua en maquinaria específica permite llevar a cabo el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.

7. Tamaño de la empresa y distribución

La dimensión de la empresa es también un factor clave ya que permite:

- Beneficiarse de la reducción de costes fruto de las economías de escala, así como optimizar la producción aprovechando la deslocalización.
- Tener mayor capacidad de inversión en I+D.
- Tener una red de distribución mayor que permita tener acceso a un mayor número de clientes y por tanto, obtener un mayor poder de negociación y mayores economías de escala para la red de distribución.
- Reaccionar de manera más rápida y eficiente ante cambios de precios.
- Cubrir todos los segmentos de mercado, consiguiendo que el óptico compre prácticamente todas las categorías de productos.

Cifra de negocios por familia de producto

Se presenta a continuación la evolución de la unidad de negocio de Lentes y de su familia de productos:

Lentes (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Lentes		
						2007	2006	2005
Lentes monofocales	31.393	(6,5%)	33.566	(3,1%)	34.653	44,3%	43,3%	42,9%
Lentes bifocales	3.748	(8,7%)	4.105	(8,2%)	4.470	5,3%	5,3%	5,5%
Lentes progresivas	25.554	0,4%	25.458	4,2%	24.428	36,0%	32,8%	30,3%
Tratamientos-suplementos	4.259	(18,2%)	5.204	(24,7%)	6.910	6,0%	6,7%	8,6%
Otros	5.961	(35,2%)	9.197	(10,0%)	10.219	8,4%	11,9%	12,7%
Cifra de Negocios Lentes	70.915	(8,5%)	77.530	(3,9%)	80.680	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo			
Lentes monofocales	22,2%	22,6%	23,1%
Lentes bifocales	2,6%	2,8%	3,0%
Lentes progresivas	18,0%	17,2%	16,3%
Tratamientos-suplementos	3,0%	3,5%	4,6%
Otros	4,2%	6,2%	6,8%
Lentes s/Cifra de negocios Indo	50,0%	52,2%	53,7%

Para mayor detalle sobre la evolución de la cifra de negocios y el resultado de explotación (Ebit), ver el apartado 9.2. del presente Documento de Registro.

La cifra de negocios de Lentes se ha reducido un 8,5% en 2007 respecto a 2006, principalmente por la entrada de competencia asiática y el resultado insatisfactorio en los mercados alemán, italiano y americano. El decrecimiento acumulado de la cifra de negocios de Lentes 2005 – 2007 fue de un -12,1%.

Las lentes monofocales presentaron en 2007 una menor cifra de negocios, debido principalmente al aumento de la competencia asiática que ofrece el mismo tipo de lentes a un coste considerablemente inferior. Cabe destacar que Indo está desplazando gradualmente su producción a Tailandia con el objetivo de mejorar sus costes laborales y de producción, manteniendo la productividad actual.

Las ventas de lentes bifocales han disminuido debido a la reducción del número de usuarios que utilizan este producto. Esta reducción se debe a la aparición de las lentes progresivas que aportan una imagen más moderna y visión a todas las distancias.

Las lentes progresivas son las que presentan la tendencia alcista más importante (crecimiento acumulado de la cifra de negocios 2005–2007 de un 4,6%), principalmente, gracias al crecimiento sostenido conseguido por la introducción de nuevos productos de valor añadido, especialmente los productos denominados "Mundo MADE". Bajo esta denominación, la Compañía engloba lentes progresivas, talladas bajo la tecnología propia Free-Form, que la Compañía empezó a comercializar durante el segundo trimestre de 2005. El "Mundo MADE" cubre dos marcas comerciales, EyeMADE y LifeMADE que se describen en profundidad con posterioridad. Asimismo, la Compañía está invirtiendo cada vez más en posicionarse tecnológicamente en el área de las lentes progresivas.

En cuanto a tratamientos-suplementos, la dinámica del mercado hace que este capítulo descienda ya que gradualmente se está tendiendo a ofrecer conjuntamente con las lentes y no de forma independiente. Asimismo, algunos suplementos incorporados en las lentes oftálmicas son ofrecidos de forma gratuita.

La partida "otros" incluye principalmente las ventas de lentes por parte de las filiales de Alemania, Estados Unidos e Italia. Estos mercados han presentado pérdidas como se describe en el apartado 6.2 del presente Documento de Registro. En el ejercicio 2007, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán y americano y, actualmente, está analizando alternativas estratégicas en el negocio de lentes en Italia. Si no se considerasen las cifras de negocios registradas por estas tres filiales de lentes, la cifra de negocios 2007 de la unidad de Lentes se hubiera situado 64,66 millones de euros, frente a los 70,66 millones de euros que hubiera registrado en 2006 (-8,5%). Adicionalmente, esta partida también incluye los royalties cobrados por la cesión de la tecnología Free-Form a laboratorios de terceras empresas.

Cifra de negocios de lentes progresivas

Las lentes progresivas que ofrece Indo a su vez se dividen en tres líneas de productos: lentes talladas con el método tradicional, lentes talladas con tecnología Free-Form ("Mundo MADE") y lentes de marca distribuidor o marca blanca.

Las lentes de talla tradicional son aquellas que a partir de una lente semiterminada progresiva, moldeada previamente en su cara externa, se talla con posterioridad su cara interna con unas curvas específicas de forma que, junto a las de la cara externa, se obtiene la potencia necesaria para la corrección visual. Las lentes progresivas tradicionales que vende Indo son lentes progresivas de diseño exclusivo de Indo, comercializadas bajo las marcas Admira, Micra, Amply o Progress.

En el caso de la talla de lentes con la tecnología Free-Form, se parte de una lente semiterminada monofocal en la que posteriormente se talla una curva progresiva en su cara interna. Mientras que con la tecnología tradicional es necesario contar con un stock de lentes semiterminadas progresivas muy diverso, con la tecnología Free-Form el stock de lentes semiterminadas monofocales es muy inferior pudiendo hacer muchas más variantes de lentes progresivas con un menor número de lentes semiterminadas monofocales.

Desde el año 2002, Indo decidió apostar por la innovación y la diferenciación en productos y servicios de alto valor añadido, lanzando al mercado en el año 2005 un nuevo concepto de lentes progresivas, denominado por la Compañía "Mundo MADE". Este nuevo concepto de lentes progresivas se caracteriza por utilizar en la fabricación de sus lentes la tecnología de talla directa Free-Form. Esta tecnología permite tallar sobre la superficie de las lentes diferentes geometrías de alta complejidad con gran exactitud y personalización del diseño, mientras que la talla tradicional no permite la personalización de las lentes. Este concepto ha permitido dirigir el posicionamiento de Indo hacia la franja más alta del sector. Las primeras lentes del "Mundo MADE" lanzadas al mercado fueron las lentes progresivas EyeMADE y LifeMADE.

- EyeMADE: lentes progresivas personalizadas diseñadas por el propio ojo del consumidor gracias a la tecnología Visual Map, que evalúa la estrategia visual de cada persona. Lentes fabricadas con tecnología Free-Form.
- LifeMADE: lentes progresivas especializadas que se adaptan a las ocupaciones y al estilo de vida de cada individuo. Lentes fabricadas con tecnología Free-Form que no requieren del mapa visual (Visual Map) concreto del paciente al no ser una lente personalizada. Dentro de la línea LifeMADE, Indo ha ido lanzando

diferentes tipologías de diseño de lentes progresivas. Se presentan a continuación algunos de estos diseños:

- o LifeMADE Drive: lentes progresivas especializadas para la conducción. Estas lentes están dirigidas a aquellos usuarios que exigen la máxima seguridad y comodidad frente al volante.
- o LifeMADE Work: lentes progresivas especializadas para trabajar. Estas lentes están principalmente dirigidas a profesionales que trabajan en oficinas delante de un ordenador.
- o LifeMADE Golf: Lentes progresivas especializadas diseñadas especialmente para practicar golf.
- o LifeMADE Trekking: Lentes progresivas especializadas diseñadas específicamente para realizar actividades de montañismo y senderismo.
- o LifeMADE Shooting: Lentes progresivas especializadas diseñadas para practicar deportes de precisión como el tiro y la caza.
- o LifeMADE Inicia: lentes progresivas multiuso para personas que nunca han utilizado lentes progresivas y que precisan una fácil adaptación.
- o LifeMADE Expert: lentes progresivas multiuso para personas que han utilizado progresivos anteriormente.

Por último, las lentes progresivas de marca distribuidor son lentes que se han fabricado principalmente con tecnología tradicional y que no incluyen marca del fabricante. Al no tener marca reconocida y de prestigio poseen un valor económico inferior. La Compañía trabaja con marcas distribuidor fabricadas por Indo, así como distribuye lentes de otros fabricantes de marca distribuidor.

Se presenta a continuación, el detalle de la cifra de negocios de las lentes progresivas distribuidas entre lentes tradicionales, lentes "Mundo MADE" y lentes de marca distribuidor.

Desglose del Importe Neto de la Cifra de Negocios de Lentes progresivas

Lentes progresivas (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Lentes		
						2007	2006	2005
Tradicionales	11.542	(29,8%)	16.443	(11,0%)	18.478	16,3%	21,2%	22,9%
Mundo MADE	7.240	144,4%	2.962	2668,2%	107	10,2%	3,8%	0,1%
Marca distribuidor	6.772	11,9%	6.053	3,6%	5.843	9,5%	7,8%	7,3%
Cifra de Negocios Progresivas	25.554	0,4%	25.458	4,2%	24.428	36,0%	32,8%	30,3%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo			
Tradicionales	8,1%	11,1%	12,3%
Mundo MADE	5,1%	2,0%	0,1%
Marca distribuidor	4,8%	4,1%	3,9%
Lentes progresivas s/Cifra negocios Indo	18,0%	17,2%	16,3%

En la tabla anterior se muestra un trasvase de las lentes progresivas tradicionales hacia las lentes "Mundo MADE". Las lentes progresivas del "Mundo MADE" han mostrado una tendencia alcista gracias a que el consumidor obtiene una visión más nítida, amplia y ajustada a sus necesidades de uso. Estas lentes aportan un mayor nivel de calidad y personalización, así como permiten al óptico promover la multiposición del usuario y cubrir así las distintas necesidades que conllevan las actividades que realiza el usuario.

El crecimiento en la cifra de negocios de las lentes progresivas del "Mundo MADE" permite a Indo conseguir rentabilidades superiores que con la venta de lentes progresivas tradicionales y de marca distribuidor.

El incremento de ventas de lentes marca distribuidor, registrado principalmente en el año 2007, estuvo motivado por la búsqueda por parte del cliente de productos de calidad a un precio más asequible y la utilización de la marca propia del establecimiento, como ocurre en otro tipo de establecimientos comerciales de otros sectores industriales, como por ejemplo la alimentación.

Cifra de negocios por material

Una lente oftálmica es un medio refractante limitado por dos superficies. Las características ópticas de la lente vienen determinadas tanto por la geometría de dichas superficies como por la naturaleza óptica de dicho medio (composición). La composición de cada lente hace que tenga un índice de refracción diferente. Este índice mide cuánto se reduce la velocidad de la luz dentro del medio, para calcular así el poder de enfoque de las lentes.

Si atendemos a la composición del medio refractor, principalmente existen dos tipos de lentes: lentes orgánicas (también llamadas plásticas) y lentes minerales. Adicionalmente, existen otros materiales como el policarbonato, que también se engloban dentro de las lentes plásticas.

A continuación se presenta la evolución de la cifra de negocios de lentes por la naturaleza del medio refractante:

Materiales Lentes (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Lentes		
						2007	2006	2005
Mineral	12.014	(17,1%)	14.495	(12,9%)	16.638	16,9%	18,7%	17,0%
Orgánico	47.888	1,1%	47.363	4,0%	45.523	67,5%	61,1%	67,5%
Policarbonato	796	(35,1%)	1.226	(16,6%)	1.469	1,1%	1,6%	1,1%
Otros	10.217	(29,3%)	14.446	(15,3%)	17.050	14,4%	18,6%	14,4%
Cifra de Negocios Lentes	70.915	(8,5%)	77.530	(3,9%)	80.680	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo

Mineral	8,5%	9,8%	11,1%
Orgánico	33,8%	31,9%	30,3%
Policarbonato	0,5%	0,8%	1,0%
Otros	7,2%	9,7%	11,3%
Lentes s/Cifra de Negocios Indo	50,0%	52,2%	53,7%

Las lentes minerales son aquellas cuya materia prima es el vidrio. Durante décadas, este tipo de material fue el único material disponible para la fabricación de lentes oftálmicas. Se caracterizan porque presentan una notable dureza y resistencia al rayado y, en contra, son más pesadas que las orgánicas debido a su mayor densidad.

Las lentes orgánicas o plásticas se caracterizan por tener una densidad menor, lo que las hace muy ligeras. Presentan una mayor resistencia a la rotura y, por su composición, presentan protección propia contra las radiaciones ultravioletas, sin embargo, son más propensas a rayarse dada su menor dureza. Es por ello que, en las lentes orgánicas se incluyen opciones de tratamiento antirayado que mejoran los problemas de abrasión de las mismas.

Las lentes de policarbonato se caracterizan por ser de un material de gran resistencia al impacto, si bien no proporcionan una gran calidad visual. Son las más idóneas para la fabricación de las denominadas "gafas al aire", es decir, aquellas gafas que no tienen montura. En este tipo de gafas es imprescindible que la lente sea muy resistente a posibles roturas, ya que requieren ser taladradas para su montaje. Estas lentes deben incorporar imprescindiblemente tratamientos antirayado por su menor dureza.

Bajo el título "otros" se incluyen principalmente las ventas de lentes por parte de Alemania, EEUU e Italia, las ventas obtenidas con los tratamientos y suplementos y los royalties cobrados por ceder la tecnología Free-Form a laboratorios de terceros.

En cuanto a la evolución de la cifra de negocios por material, reseñar el trasvase de los lentes minerales hacia orgánicas, debido, principalmente, a la mayor resistencia a la rotura, a la mayor protección contra radiaciones ultravioletas y, sobretodo, al menor peso de las lentes orgánicas. Destacar también, la evolución negativa del policarbonato debido a que en la actualidad, cada vez se montan menos gafas al aire, ya que el diseño de monturas tradicionales (aro completo) ha recobrado gran popularidad en la venta de gafas.

Otro aspecto muy importante de las lentes es el índice de refracción. Las lentes se presentan en distintos índices de refracción que se traducen en distintas características técnicas otorgando mayor o menor ligereza, resistencia al rayado, grosor de la lente, etc. En términos generales, a mayor índice de refracción más delgada es la lente (pero no siempre de menor peso).

- En el caso de las lentes minerales, a mayor índice de refracción, mayor es su densidad y, consecuentemente, mayor es su peso. Sin embargo a mayor índice de refracción las lentes minerales son más delgadas y, por lo tanto, el mayor peso (a causa de la mayor densidad) queda compensado parcialmente por el hecho de ser más delgadas.
- En el caso de las lentes orgánicas, a mayor índice de refracción, la densidad no varía, pero su peso si es menor al ser más delgadas.

Las lentes orgánicas se presentan en función de la materia prima que se utiliza. Éstas pueden fabricarse principalmente a partir de tres materias primas:

- CR-39: material orgánico con 40 años de antigüedad cuya densidad es muy baja por lo que es muy ligero. Su índice de refracción es bajo (1.49). Se trata de un material tradicional de poco valor añadido y que debido a su índice de refracción resulta una lente con notable grosor. Adecuado para usuarios de graduación baja.
- Superfin: materia prima orgánica de desarrollo exclusivo de Indo, cuya comercialización se inició en el año 1992. Se trata de un material que aporta valores diferenciales de mejor estética, transparencia y ligereza respecto el CR-39, a un precio similar. Su índice de refracción es medio (1.523).
- Ultrafin: material desarrollado por Indo en el 2001, ideal para graduaciones medias y altas. A igual graduación que una lente CR-39, la lente Ultrafin es mucho más delgada por lo que se consigue una mejor estética que se traduce en un mayor valor económico de la lente. Índice de refracción alto (1.60).

Se ofrecen también otros materiales de alto índice de refracción que Indo subcontrata a terceros (1.67, 1.70 y 1.76)

Posicionamiento

Indo es la primera marca de lentes de la Compañía. Los productos distribuidos bajo esta marca son los que ofrecen una mayor calidad de producto y servicio y son los de mayor valor añadido. Las lentes marca Indo incluyen lentes monofocales, lentes bifocales, lentes progresivas tradicionales y lentes progresivas talladas con tecnología Free-Form. Los productos de Indo, se dirigen a todos los segmentos del mercado detallista, es decir, grupos de compras, cadenas y ópticos independientes. Las lentes de marca Indo están posicionadas entre las lentes de gama media-alta y alta, traduciéndose en un valor económico superior al promedio del mercado. Este alto posicionamiento se explica, en parte, por la incorporación de las lentes progresivas "MADE" y por contar con una oferta de servicio completa y de calidad.

Adicionalmente, Indo posee una segunda marca denominada Framo, posicionada en una gama de calidad media ofreciendo productos de buena calidad pero con menores prestaciones y, en consecuencia, a un precio más económico que la marca Indo.

Cabe destacar que las ventas de ambos nombres comerciales no se canibalizan entre sí, sino que al estar dirigidos a públicos objetivo diferentes, lo que se consigue es vender los productos de la Compañía a un número de clientes más amplio.

La mayor parte de la cifra de negocios de Lentes se realiza a través de la marca Indo, mientras que un 6,4% de la cifra de negocio se realiza a través de Framo. La cifra de negocios de la marca Framo ha incrementado durante el periodo 2005-2007, pasando de situarse en 3,3 millones de euros en 2005 a 4,5 millones en 2007.

A nivel de mercado, Indo como fabricante y distribuidor de lentes, compite de igual a igual con los líderes del mercado en el ámbito de lentes oftálmicas, como son Essilor (Francia), Carl Zeiss Vision (Alemania) y Hoya (Japón).

Según datos de la Asociación Española de fabricación, comercialización e importación general de Óptica y Oftalmología (AEO), en el ejercicio 2007 Indo vendió aproximadamente un 27,3% de las lentes vendidas en el sector óptico español.

- En lentes monofocales, Indo ha vendido el 30% de las unidades vendidas en el sector. El precio medio ofrecido por Indo ha sido algo superior al de mercado, dado el esfuerzo realizado por Indo en diferenciarse de la competencia, ofreciendo productos que aportan valor añadido al consumidor. Indo ha conseguido aportar este valor vía tratamientos de las lentes (endurecidos, antirreflejantes, coloraciones, etc.), servicio post-venta, etc.
- En cuanto a lentes bifocales, el 38% de las unidades vendidas en el sector óptico provienen de Indo. En este tipo de lentes, el precio de Indo se ha situado en línea con el sector.
- Por último, en lentes progresivas Indo ha vendido el 17,3% de las unidades del sector. Si no se considera la marca distribuidor, el precio medio ofrecido por Indo por lente progresiva ha sido superior al del mercado.

En cuanto a la contribución en márgenes de explotación de cada familia de Lentes, las lentes progresivas son las que mayor margen aportan, seguido de las lentes monofocales y por último las bifocales. Dentro de las lentes progresivas, las lentes del "Mundo MADE" son las más rentables al ofrecer un mayor valor añadido, que se traduce en un precio superior.

Cadena de valor

En 2005, el sector óptico en España facturó 2.266 millones de euros (facturación estimada agregando las facturaciones totales de cada uno de los agentes). La facturación del sector óptico se distribuyó dentro de la cadena de valor del sector óptico entre 4 agentes: el fabricante, el distribuidor (también denominado intermediario o mayorista), los grupos de compra y el detallista. Los grupos de compra son un conjunto de ópticas asociadas para obtener mejores precios y condiciones en compras.

Según datos 2005 de FEDAO, existen principalmente dos modelos de negocio dentro del sector óptico:

1. Cadena de valor con distribuidores (intermediarios). Este modelo de negocio representa un 83% de las ventas totales del sector (1.889 millones de euros). Dentro de este modelo de negocio hay dos submodelos:

- Sin grupo de compra. El flujo es el siguiente:

Fabricante → Distribuidor → Detallista (Óptico)

Supone un 46% de las ventas totales del sector (1.047 millones de euros), y el valor se reparte de la siguiente forma: fabricante (21%), distribuidor (17%), detallista (62%).

En este caso, el fabricante-distribuidor se queda con un 38% de las ventas totales del sector.

- Con grupos de compra. El flujo es el siguiente:

Fabricante → Distribuidor → Grupos de Compra → Detallista (Óptico)

Supone un 37% de las ventas totales del sector (832 millones de euros) y el valor se reparte de la siguiente forma: fabricante (16%), distribuidor (13%), grupos de compra (13%) y detallista (58%).

En este caso, las asociaciones, grupos de compra o grupos de imagen actúan como intermediarios entre el distribuidor y el óptico detallista. El fabricante-distribuidor se queda con un 29% de las ventas totales del sector y el 71% restante los ópticos.

2. Cadena de valor sin distribuidores (intermediarios). Este modelo de negocio representa un 17% restante de las ventas totales del sector (387 millones de euros). Dentro de este modelo de negocio hay dos submodelos:

- Sin grupos de compra. El flujo es el siguiente:

Fabricante → Detallista (Óptico)

Supone un 12% de las ventas totales del sector (273 millones de euros) y el valor se distribuye entre el fabricante en un 19% y el detallista en un 81%.

- Con grupos de compra. El flujo es el siguiente:

Fabricante → Grupo de compras → Detallista (Óptico)

Supone un 5% de las ventas totales del sector (114 millones de euros) y el valor se distribuye de la siguiente forma: fabricante (16%), grupos de compra (26%) y detallista (58%).

Cabe destacar que el segmento detallista en 2005, concentró un 70% del valor (1.600 millones de euros) del sector óptico y en promedio, registró un margen operativo de un 9% (140 millones de euros) según FEDAO. Los fabricantes del sector óptico concentraron 423 millones de euros de valor y registraron un margen operativo del 7% (30 millones de euros).

Dentro de la cadena de valor del sector, Indo ocupa posiciones distintas en función de la unidad de negocio y de la actividad que realice. En Lentes, Indo es el fabricante y a la vez distribuidor de sus propios productos.

Proceso de fabricación y distribución.

El proceso de fabricación y comercialización de lentes comienza con la fabricación seriada de lentes oftálmicas, convirtiéndolas en producto terminado, es decir, lentes que incluyen una graduación básica y pueden venderse directamente al óptico, o en

producto semiterminado que requiere la talla en el laboratorio en base a la prescripción del óptico u oftalmólogo.

Se presenta a continuación el proceso de fabricación y comercialización de lentes en Indo:



1. Indo cuenta con dos centros de producción de lentes, uno en Vilafant (Girona) donde se fabrican el 45% de las lentes que Indo produce y otro en Tailandia donde se fabrica el 55% restante de las lentes que Indo produce. En la planta de Vilafant se producen principalmente lentes orgánicas monofocales y progresivas y lentes progresivas minerales, mientras que en la planta de Tailandia se producen lentes oftálmicas orgánicas monofocales, bifocales y progresivas.

2. Adicionalmente, Indo subcontrata la fabricación de lentes de material orgánico de índice de refracción bajo (lentes CR-39) y algunas gamas de lentes orgánicas de alto índice de refracción a Corea. Actualmente, Indo está analizando la posibilidad de iniciar la producción de lentes CR-39 en la planta de Tailandia con el objetivo de obtener una mayor eficiencia productiva y utilización productiva de la planta de Tailandia. Las lentes subcontratadas representaron aproximadamente un 21,5% de las unidades vendidas en 2007 y un 8,8% de la cifra de negocios de la unidad de Lentes.

3. Todas las lentes fabricadas, ya sea en Vilafant como en Tailandia, son gestionadas desde el almacén regulador de lentes en Palau-Solitá i Plegamans (Barcelona). Este almacén es el encargado de recibir, clasificar y distribuir el producto, tarea llevada a cabo por una empresa externa. En el caso de que el producto que llegue desde el centro de fabricación sea semi-terminado, éste es enviado al laboratorio para su posterior graduación, tratamiento y/o montaje. La gestión logística (gestión de las existencias) y la

distribución (transporte) del almacén regulador de Indo se subcontratan por no ser un proceso estratégico en la cadena de valor de Indo.

Adicionalmente, Indo vende también lentes semi-terminadas, principalmente a distribuidores y mayoristas internacionales en Asia, Europa, África y Francia, quienes en sus laboratorios tallan las lentes. En el ejercicio 2007, las ventas de lentes semi-terminadas ascendieron a 1,46 millones de euros, un 2,1% de las ventas de la unidad de Lentes.

4. En los laboratorios de Indo, se tallan las graduaciones de los clientes en base a la prescripción de cada uno de ellos, así como se realizan tratamientos de las superficies de las lentes (endurecidos, coloraciones y/o antirreflejos). En algunos de estos laboratorios se puede efectuar el montaje de las lentes en la montura como un servicio adicional que ofrece el laboratorio. Este es el caso del laboratorio de El Papiol y el de Madrid (Alcobendas).

A fecha de verificación del presente Documento, Indo cuenta con 5 laboratorios de lentes y un laboratorio de montaje de lentes en el mercado nacional y 5 laboratorios en el mercado internacional en los siguientes países:

- Francia: laboratorio de lentes para el mercado francés.
- Marruecos: laboratorio de lentes para el mercado marroquí y laboratorio de lentes minerales para el mercado europeo.
- Portugal: laboratorio de lentes para el mercado portugués.
- Chile: laboratorio de lentes para el mercado chileno.
- Italia: laboratorio de lentes para el mercado italiano.

Adicionalmente Indo cuenta con un laboratorio en Estados Unidos sin actividad a partir del 2008 y otro en Alemania en procedimiento de insolvencia.

5 y 6. Desde el almacén Indo distribuye las lentes directamente a los grupos de compra, cadenas u ópticas independientes a través de las delegaciones de Indo (los 10 laboratorios mencionados en el párrafo anterior, más 4 centros de distribución españoles sin laboratorio) o a través de distribuidores independientes en aquellos países donde Indo no tiene delegación (como es el caso de Inglaterra por ejemplo).

Los laboratorios de lentes de Indo a la vez se utilizan como centro de distribución de lentes al contar con su propio almacén y equipo comercial. Sin embargo, Indo cuenta con dos centros de distribución, uno en Madrid y otro en Tenerife, que no realizan funciones de laboratorio. Estos centros de distribución actúan como intermediarios entre el almacén regulador de lentes y el detallista.

A cierre del ejercicio 2007, la unidad de negocio de Lentes contaba con 99 comerciales a nivel mundial, un 47,6% de la fuerza comercial de la Compañía.

Adicionalmente, Indo cuenta con dos Directores de Key Accounts (grandes cuentas) y doce Directores de zona que son compartidos por las tres unidades de negocio de Indo.

Las principales funciones y responsabilidades de estos dos cargos se describen a continuación:

- o Key Accounts global Spain: Directores cuya principal responsabilidad es la de visitar y gestionar los 25 clientes más importantes de España en cuanto a tamaño y potencial. Indo cuenta con dos directores Key Accounts (grandes cuentas), uno en Barcelona y otro en Madrid.
- o Director de zona: Directores de ventas de zonas/delegaciones. Indo tiene 5 directores de zona en España y 7 en el extranjero (Alemania, Italia, Francia, Chile, Marruecos, Portugal y USA).

Por último Indo cuenta con 60 comerciales adicionales no asignables a ninguna unidad de negocio en concreto y que corresponden al departamento de Back Office. Estos comerciales realizan tareas de gestión, atención al cliente (call centers, captación de pedidos, solución de reclamaciones), estudios y análisis de mercados-clientes y administración de ventas.

El equipo comercial de la unidad de Lentes, junto con el de las otras unidades de negocio, se ha concentrado, durante el ejercicio 2007, en una nueva unidad corporativa, la Unidad Mundial de Ventas, que se explica con mayor detalle en el apartado 17.1 del presente Documento.

La capacidad de distribución de Indo abarca tanto el mercado nacional como internacional, como se comentará al final de este apartado. Indo comercializa sus productos en el extranjero a partir de su red de filiales que cuentan con laboratorios de talla y tratamientos propios y que se encuentran en Portugal, Francia, Italia, Marruecos, Chile y Alemania, aunque esta última está en un proceso de suspensión de pagos, y a través de distribuidores independientes que comercializan las lentes de Indo en los mercados donde la Compañía no tiene filiales. Se presentan a continuación los países donde la Compañía cuenta con distribuidores independientes:

- Europa: Grecia, Suiza, Irlanda, Suecia, Inglaterra, Rumania, Croacia, Finlandia, Holanda, Bulgaria, Lituania, Hungría, Eslovaquia, Rusia, Turquía, Bélgica, Letonia, entre otros.
- Latinoamérica: Perú, Uruguay, Paraguay, Ecuador, El Salvador, Honduras, Bolivia, Panamá, Costa Rica, Brasil, Argentina y México, entre otros.
- Asia: Malasia.
- África: Camerún, Isla Mauricio, entre otros.

El 73,7% de la cifra de negocios de esta unidad proviene del mercado español y el 26,3% restante del mercado internacional. Los principales países donde Indo concentra sus ventas son Francia (7,4%), Portugal (4,7%) y Alemania (4,2%).

Estrategia

Indo aspira a consolidarse como un referente mundial en el sector óptico. La unidad de negocio de Lentes de Indo se caracteriza por poseer un potente departamento de I+D que invierte aproximadamente entre un 3% y un 3,5% de la cifra de negocios en la unidad. Esta constante inversión en innovación permite a Indo ofrecer una amplia cartera de productos, un diseño diferenciado de sus productos, un alto valor añadido y una tecnología de talla directa propia (Free-Form).

Sin embargo, el incremento de competencia entre empresas fabricantes, debido a la aparición de empresas chinas y coreanas que ofrecen productos de bajo valor añadido a precios muy competitivos, ha impactado negativamente la cuenta de pérdidas y ganancias de Indo. Con el objetivo de dar respuesta a ello y ganar eficiencia y rentabilidad en el negocio, Indo ha diseñado un plan que cuenta con dos ejes principales: 1) Plan de focalización en productos, mercados y clientes que aporten valor a la Compañía y 2) Plan de mejora de la productividad y rentabilidad.

1. Plan de Focalización en productos, mercados y clientes

- Focalización en productos de alto valor añadido

Con el objetivo de diferenciarse de los fabricantes procedentes de países asiáticos que ofrecen productos poco innovadores, Indo centra gran parte de sus esfuerzos en identificar y potenciar aquellas lentes que ofrecen un mayor valor añadido a los consumidores. En este sentido, Indo está fomentando un cambio en la cartera de productos dirigiendo sus esfuerzos a la venta de lentes progresivas del "Mundo MADE" y lentes monofocales con tratamientos, que por su alto valor añadido aportan mejores márgenes:

- Lentes progresivas: En la actualidad, el mercado de lentes progresivas representa un 55,5% de las ventas totales de lentes en España según A.E.O, sin embargo en el caso de Indo, representan un 36% de la cifra de negocios de la unidad de Lentes 2007, por lo que Indo debe potenciar esta línea para incrementar su presencia en este mercado y beneficiarse de sus mejores márgenes frente a las lentes monofocales y bifocales. Para conseguir este objetivo, Indo está potenciando sus lentes progresivas del "Mundo MADE".
- Lentes monofocales con tratamientos. Con el objetivo de añadir valor a la familia de monofocales, Indo está impulsando su línea de tratamientos.

Asimismo, y en línea con la estrategia de diferenciación con productos de alto valor añadido, Indo está invirtiendo en mejorar el posicionamiento de su marca y servicio apoyándose en el departamento de I+D y en el departamento de marketing de la Compañía.

Adicionalmente, Indo prevé abandonar aquellos productos que frenen el crecimiento de la Compañía y no tengan expectativas de recuperación futura.

- Focalización en mercados que aporten valor a la Compañía

Indo pretende focalizarse en aquellos mercados que económicamente y estratégicamente le aporten valor añadido a la Compañía. Para ello, Indo ha definido una estrategia basada en la identificación de aquellos mercados que no son claves en la contribución al futuro crecimiento de la Compañía, así como aquellos mercados que conviene abandonar. En el ejercicio 2007, decidió abandonar el mercado de lentes alemán y americano al no presentar unos resultados atractivos. En el caso de Italia, la Compañía está estudiando diferentes alternativas estratégicas, que se desarrollarán durante el ejercicio 2008.

Indo pretende crecer en los mercados de España, Portugal y Francia al considerarse mercados estratégicos para la Compañía y que aportan resultados positivos. Marruecos y Chile son mercados a potenciar por Indo dado que ahora no aportan rentabilidades atractivas pero que destinando esfuerzos podrían llegar a convertirse en mercados estratégicos para la Compañía.

- Focalización en clientes que aporten valor a la Compañía

Algunos de los clientes con los que trabaja Indo no resultan rentables, bien sea por las exigentes condiciones con las que trabajan, o bien por los costes administrativos que conllevan, entre otros motivos. Es por ello que es también necesario identificar clientes con potencial de compra, así como analizar aquellos clientes que no aportan valor al negocio, ni económicamente ni estratégicamente.

2. Plan de mejora de la productividad y la rentabilidad

Adicionalmente Indo espera mejorar su rentabilidad y productividad vía la concentración, automatización y especialización de los laboratorios de lentes, vía la deslocalización de la producción a Asia y vía la mejor gestión de la cuenta de resultados.

- Concentración de los laboratorios

Siguiendo el plan iniciado en el 2007, Indo pretende concentrar parcialmente los laboratorios de lentes de España en el laboratorio de El Papiol. Para ello, ha llevado a cabo una importante inversión en acondicionamiento y automatización de los procesos productivos de este laboratorio. Asimismo, en el ejercicio 2005 se cerró el laboratorio de Sevilla, en 2006 el de L'Hospitalet, y en 2008 el laboratorio de Málaga, trasladando el laboratorio de lentes minerales a Marruecos y el laboratorio de lentes orgánicas a el laboratorio de El Papiol. El objetivo de esta centralización y especialización de laboratorios es ganar eficiencia productiva gracias a unas instalaciones modernas y automatizadas. Asimismo, la automatización de los procesos llevada a cabo por Indo permite mejorar el servicio, entendido como rendimiento del laboratorio y servicio de entrega al cliente (óptico). Para mayor detalle, ver apartado 5.2.1 del presente Documento.

- Deslocalización de la producción

Adicionalmente, para conseguir paliar el impacto negativo de la entrada de fabricantes de países asiáticos, Indo está trasladando progresivamente la fabricación de lentes a su filial en Tailandia. De esta forma, Indo consigue reducir sus costes de producción, obtiene mayores márgenes y en consecuencia, cada vez es más competitivo en el mercado.

A modo de ejemplo, cabe destacar que el coste medio por empleado y hora en Vilafant (Girona) se sitúa alrededor de los 14,3 €, mientras que el coste medio por empleado y hora en Tailandia se sitúa aproximadamente en 0,65 €. Es relevante mencionar que el coste de transporte no impacta prácticamente en la localización del centro productivo, dada la poca relevancia del mismo. Sin embargo, el coste de personal de manipulación logística si es un factor decisivo al ser considerablemente inferior en Tailandia. Para mayor información sobre el proceso de deslocalización de la producción llevado a cabo por Indo, ver apartado 5.2.1 del presente Documento de Registro.

- Gestión efectiva de la cuenta de resultados

Indo pretende conseguir una mayor eficiencia en la gestión de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias trasladando el incremento de precios al resultado de explotación (Ebit) y reduciendo costes.

Para conseguir que el incremento de precios de los productos y servicios que ofrece Indo llegue a mejorar el resultado de explotación (Ebit), Indo ha iniciado en 2008 una política de racionalización de descuentos, variabilizándolos en función del volumen de venta creciente o decreciente de sus clientes.

La reducción de costes que Indo quiere conseguir se centra principalmente en la deslocalización de la producción a países de menor coste y en la mejora de las condiciones de compra con proveedores de materias primas, principalmente en los países asiáticos. Para mayor detalle, ver el apartado 9.2 del presente Documento de Registro.

Indo analiza periódicamente su estructura de personal con el objetivo de ser cada vez más eficiente. En este sentido, Indo prevé reducir costes de estructura vía deslocalización de la producción a Asia, automatización de la actividad y reducción de la plantilla excedente. A modo de ejemplo, durante el periodo 2008-2009, Indo prevé unas bajas incentivadas de aproximadamente 100 personas en la planta de Vilafant, como parte del proceso de traslado de la producción de lentes de esta planta a Tailandia, que supondrá un coste 2008 de 4,39 millones de euros y un ahorro anual de 3,2 millones de euros que se reflejará de forma progresiva en 2008 y 2009.

Unidad de Negocio de Gafas

Introducción

Esta unidad de negocio representó en el ejercicio 2007 aproximadamente un 22% de la cifra de negocios de Indo y se divide en tres actividades:

- Diseño, fabricación y distribución de gafas de prestigiosas marcas licenciadas de terceras empresas.
- Diseño, fabricación y distribución de gafas bajo la marca Indo.
- Distribución de gafas fabricadas por otras empresas.

Las tres actividades incluyen gafas de receta (monturas) y gafas de sol.

Factores clave de mercado

1. Mercado maduro

Según datos FEDAO 2005, el mercado de Gafas español supuso una facturación entorno a los 416 millones de euros, que equivale al 26% del total de facturación del sector de la óptica en España. En 2005, se vendieron 5 millones de monturas en el canal óptico a un precio promedio de 82,8 euros. Se trata de un mercado maduro constituido, en su mayoría, por grandes multinacionales, quienes cuentan con importantes contratos de fabricación y distribución con marcas propias y licenciadas. En los últimos años, este mercado ha crecido a tasas entorno el 3% en valor y 5% en unidades, según estimaciones de la propia Compañía. Las ventas de las empresas del mercado de Gafas están muy ligadas a la renovación de estos contratos y a la incorporación de nuevas marcas en la cartera de productos. Cabe destacar que, durante los últimos años, Indo ha renovado sus contratos de fabricación y distribución, por lo que no sólo mantiene una cierta estabilidad en cuanto a la permanencia de las marcas en su portafolio de productos, sino que, a fecha de registro del presente Documento, los contratos de fabricación y/o distribución estratégicos no tienen un vencimiento a corto plazo.

2. Barreras de entrada

Las barreras de entrada son la capacidad de distribución y los propios contratos de fabricación/distribución con marcas propias y licenciadas. Las marcas licenciadas priman la capacidad de las compañías distribuidoras de introducir su producto en el mercado de una forma rápida y eficiente. Asimismo, son factores clave para la obtención de nuevas licencias:

- La reputación de la compañía.
- El disponer de otras marcas cuya distribución no compita con la potencial nueva marca licenciada.
- La capacidad de crear equipos comerciales específicos e independientes por grupos de marca dentro de la misma firma licenciante.
- La capacidad de diseño, producción, servicio y calidad del producto elaborado.
- El servicio post-venta al usuario a través del óptico y el servicio post-venta que recibe el óptico del fabricante/distribuidor mayorista.

3. Dependencia de la moda

Se trata de un sector muy ligado a la moda. Esta vinculación ha provocado que las gafas cada vez más se conciben como un complemento de moda más, que acentúa la personalidad de cada usuario. El asociar las gafas a la moda, provoca unos hábitos de compra superiores, que implican un menor tiempo de reemplazo, cifrado entre dos años y cuatro según FEDAO. Asimismo, la moda provoca una mayor tendencia a la multiposesión, que si bien hoy por hoy el interés por tener más de un par de gafas es moderado, tiene una alta potencialidad.

La vinculación de la moda a la venta de gafas, implica una importante inversión en publicidad y marketing para posicionar la marca y fomentar las ventas. Esta inversión a menudo es compartida con las marcas licenciantes. El gasto de publicidad de Indo en las marcas licenciadas se sitúa en un 5% y un 8% sobre las ventas de la marca. A nivel compañía el gasto de publicidad representó en un 4,6% de la cifra de negocios de Indo 2007.

4. Gestión de las existencias

Por otro lado, desde el punto de vista de gestión de la unidad de Gafas, la vinculación a la moda, provoca que las gafas que no se han vendido durante la temporada de lanzamiento, puedan quedar obsoletas. Por ello, Indo contabiliza una dotación anual para cubrir de forma general la desvalorización de las gafas obsoletas (0,4 millones de euros en 2007).

Con el fin de paliar el volumen de gafas obsoletas o descatalogadas, Indo cuenta con dos centros Outlets, uno en Madrid y el otro en Barcelona, donde vende gafas obsoletas o en liquidación con descuento. Asimismo, Indo exporta el producto obsoleto a terceros países donde este tipo de venta no perjudica las ventas de los productos de temporada.

Finalmente, cabe destacar que en Enero de 2007, Indo lanzó el Tablet PC como herramienta de venta para el comercial de la unidad de Gafas. El Tablet PC es un ordenador portátil sin teclado y con lápiz táctil adaptado al sector óptico. Este ordenador portátil es utilizado por los comerciales de la unidad de negocio de Gafas como muestrario digital. El Tablet PC permite presentar múltiples colecciones de gafas e incluye fotografías de campañas publicitarias y de los modelos. Esta apuesta por la tecnología permite reducir hasta un 75% el volumen de muestrario físico de los vendedores y conocer al momento el "stock online", aspectos que facilitan la gestión del stock y de la obsolescencia de productos.

5. Ajuste entre la producción y la demanda y rapidez de entrega

El proceso de fabricación y comercialización de nuevas colecciones (cadena de suministro) de monturas y gafas de sol es lento. En consecuencia, la capacidad de reacción ante cambios rápidos de tendencias en el sector óptico es lenta, lo que puede suponer un retraso en el lanzamiento de nuevas colecciones, un retraso en la retirada de colecciones poco exitosas o un retraso en la ampliación de la fabricación y comercialización de productos que experimentan un gran éxito comercial. Adicionalmente, los fabricantes no tienen contacto directo con el cliente final sino que

conocen sus necesidades y hábitos de compra a través del óptico. Por estos motivos, en el sector óptico pueden existir desajustes entre demanda y oferta.

Con el objetivo de ajustar la oferta de productos de Indo a la demanda del mercado, la Compañía lleva a cabo una planificación de la producción en base al nivel de aceptación en el mercado de los prototipos de nuevas colecciones lanzados y a los pedidos iniciales realizados por los grandes clientes. Adicionalmente, Indo lleva a cabo revisiones mensuales de la demanda usando programas de planificación (SAP y software de planificación de pedidos). En este sentido, Indo ha diseñado una herramienta para sus comerciales (Tablet PC) que permite conocer en todo momento el stock online y, consecuentemente, permite orientar la venta del comercial al stock disponible, así como mejorar el suministro, el servicio y reducir el riesgo de rotura de stock. Adicionalmente, Indo ha firmado acuerdos con determinadas ópticas mediante los cuales Indo deja un depósito de productos en la óptica (a cargo de Indo) y a cambio pacta una superficie de exposición de sus productos. De esta forma, Indo tiene control de la venta de sus productos, consiguiendo acelerar así la rotación de producto en función de la demanda, y el óptico elimina su riesgo de rotura de stock. En la actualidad, Indo ha llegado a acuerdos con 2 cadenas de ópticas que suponen aproximadamente 100 puntos de venta.

6. Amplia oferta de productos de calidad

Una oferta de productos amplia permite obtener una mayor eficiencia en las operaciones. Asimismo, el hecho de contar con numerosos contratos de fabricación y/o distribución con prestigiosas marcas, potencia y realza la imagen de Indo.

7. Otros factores clave del negocio

Los factores clave del segmento de lentes oftálmicas son aplicables al sector de gafas o monturas, en concreto, referentes a:

- La entrada de producto de baja calidad procedente de fabricantes de Asia a precios muy económicos y la entrada masiva de producto que no cumple la normativa, afectando especialmente el mercado de gafas de sol, que imitan las marcas de primer nivel.
- El poder de negociación cada vez mayor del detallista como consecuencia de la proliferación de asociaciones y grupos de compra, así como los efectos de la verticalización en precio y control por parte de los fabricantes del canal detallista.
- Evolución del consumo y del ciclo económico del país.

Cifra de negocios por actividad

Se presenta a continuación la evolución de la cifra de negocios de la unidad de negocio de Gafas dividida por sus principales actividades:

Desglose del Importe Neto de la Cifra de Negocios de Gafas

Gafas (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Gafas		
						2007	2006	2005
Licenciadas	22.633	8,6%	20.839	22,3%	17.038	72,5%	64,8%	56,2%
Indo	2.856	(14,8%)	3.350	(24,9%)	4.459	9,1%	10,4%	14,7%
Distribuidas	5.352	(24,7%)	7.106	17,1%	6.067	17,1%	22,0%	20,0%
Otras	410	(53,8%)	888	(68,0%)	2.772	1,3%	2,8%	9,1%
Cifra de Negocios Gafas	31.251	(2,9%)	32.183	6,1%	30.336	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo

Licenciadas	16,0%	14,0%	11,3%
Indo	2,0%	2,3%	3,0%
Distribuidas	3,8%	4,8%	4,0%
Otras	0,3%	0,6%	1,9%
Gafas s/Cifra Negocios Indo	22,1%	21,7%	20,2%

- Licenciadas

Las ventas de gafas licenciadas han crecido de 17 millones de euros en el 2005 a 22,6 millones de euros en el 2007 (+5,6 millones de euros). Estas ventas corresponden al diseño, fabricación y distribución de gafas de marcas licenciadas quienes, bajo el marco de un contrato de exclusividad, encargan a Indo la fabricación de las monturas. Asimismo, las empresas contratan a Indo el diseño de sus gafas, si bien a menudo, la marca licenciada colabora con Indo en el diseño de las colecciones.

Indo se caracteriza por contar con un amplio abanico de marcas y colecciones licenciadas que se adaptan a la personalidad y necesidades del consumidor. Esta actividad representó, en el 2007, un 72,5% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas.

Entre las marcas de gafas licenciadas destacan firmas de prestigio como Carolina Herrera, Paco Rabanne, Massimo Dutti, Purificación García y Chupa Chups, entre otras, a las que se sumará Custo Barcelona en el 2008, después del reciente acuerdo alcanzado con el conocido diseñador catalán. Asimismo, Indo es licenciataria de las marcas: ACB y NBA.

El crecimiento registrado en el periodo 2005-2007 en esta actividad fue debido principalmente a:

- La continuada aceptación en el mercado de las colecciones de Carolina Herrera y 212 de Carolina Herrera.
- El éxito obtenido en el lanzamiento de la colección "eyewear" de Massimo Dutti, realizada en Octubre de 2006.
- El éxito obtenido en el lanzamiento de la nueva línea "Black XS" de Paco Rabanne".

Carolina Herrera es la marca que más aporta a la cifra de negocios de Indo (42,5% sobre la cifra de negocios 2007 de la unidad de Gafas y 9,4% sobre la cifra de negocios total consolidada de Indo). Con los años, el peso de Carolina Herrera en la facturación de la unidad de negocio de Gafas ha ido incrementando pasando de representar un 33,2% en el año 2005 a un 42,5% en 2007. Este incremento del peso relativo de esta marca se debió, en parte, al crecimiento de Carolina Herrera a nivel internacional (UK, México y Venezuela) y la aparición de un nuevo mercado, la venta a bordo en líneas aéreas.

Paco Rabanne es la segunda marca licenciada que más aporta a la cifra de negocios de Indo (7,9% sobre la cifra de negocios 2007 de la unidad de Gafas y 1,7% sobre la cifra de negocios total consolidada de Indo), seguido de Massimo Dutti (7,3% sobre la cifra de negocios 2007 de la unidad de Gafas y 1,6% sobre la cifra de negocios total consolidada de Indo).

Para mayor información sobre los países donde Indo tiene contrato de fabricación y/o distribución, así como las respectivas duraciones de estos contratos, ver el apartado 6.4. del presente Documento de Registro.

- Indo

Las ventas de gafas propias corresponden a la fabricación propia y a la distribución de monturas bajo la marca Indo y Hit (colección de gafas de sol que en el año 2006 desapareció). En el ejercicio 2005, la cifra de negocios de gafas marca Indo se situó en 4,4 millones de euros y en el ejercicio 2007 descendió a 2,8 millones de euros (-1,6 millones de euros), representando en 2007 un 9,1% del negocio de Gafas. Ese descenso en la cifra de negocios se explica por la preferencia del consumidor a las marcas reconocidas y con connotaciones de prestigio como es el caso de Carolina Herrera.

- Distribuidas

La actividad de gafas distribuidas ha pasado de 6 millones de euros de cifra de negocios en 2005 a 7,1 millones de euros en 2006 (+17,1%) y descendió a 5,3 millones de euros en 2007 (-24,7%). Estas ventas corresponden a la distribución, principalmente en el mercado español y portugués, de Gafas que fabrican terceras empresas. En la actualidad, Indo distribuye las marcas del grupo francés L' Amy, entre las que se encuentran marcas como, Escada, Nina Ricci, Columbia, Seiko y Kipling, así como la marca Levi's tras el reciente acuerdo de distribución alcanzado con L' Amy. En 2007, la distribución de gafas de L' Amy supuso unas ventas de 1,7 millones de euros (un 31,4% del total de gafas distribuidas y un 5,4% del total de la unidad de Gafas).

La Compañía cuenta con una joint venture al 50% con la norteamericana Viva (Inviva Eyewear, S.A.) para la comercialización de sus gafas en el mercado español y portugués. Las marcas que distribuye Inviva son Catherine Deneuve, Candies, Guess, Gant, Harley Davidson, Pure y Tommy Hilfiger. En 2007, la cifra de negocios de Indo a través de Inviva ascendió a 3,7 millones de euros (un 66,6% del total de gafas distribuidas y un 11,4% del total de la unidad de Gafas). Indo consolida la participación en Inviva por integración proporcional y, por tanto, la facturación total de Inviva en el mercado español asciende a 7,4 millones de euros.

Asimismo, la Compañía cuenta con un acuerdo firmado con la compañía norteamericana REM para la distribución de la marca de gafas Converse en España (Converse representa un 2% del total de gafas distribuidas y un 0,3% de la unidad de Gafas).

Indo firmó también un acuerdo con la compañía italiana De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas, a través del cual Indo tomaba una participación del 40% en el capital de la empresa Vogartline España S.A., filial española del grupo italiano. Mediante este acuerdo, Indo distribuye prestigiosas marcas como Loewe, Tous, Ermenegildo Zegna, Escada, Vogart, Sting, Givenchy, Fila, Furla, La Perla, Police y Jean Paul Gaultier. En el ejercicio 2009, De Rigo e Indo revisarán si la compañía Vogartline ha cumplido el plan de ventas definido pudiendo las partes ejercer las opciones de compra existentes, tal y como se ha descrito en el punto 6.4 del presente Documento de Registro. En la actualidad, Indo consolida los resultados de la sociedad participada Vogartline por puesta en equivalencia. En el ejercicio 2007 Vogartline registró una cifra de negocios de 5,26 millones de euros, un resultado de explotación de -0,328 millones de euros y aportó al resultado consolidado de Indo -164 miles de euros.

La cifra de negocios de esta actividad registró un importante crecimiento del 17% en el año 2006 fruto de los acuerdos comentados. Sin embargo, la cifra de negocios en el ejercicio 2007 se vio resentida por:

1. La pérdida de la marca Lacoste por parte de L' Amy, cuyas ventas en 2006 se situaron en 1,2 millones de euros 2006, es decir, un 17,7% sobre las ventas de gafas distribuidas y un 3,9% sobre la cifra de negocios de la unidad de Gafas.
2. El traspaso de las colecciones Sting y Givenchy a Vogartline. En 2006, las ventas de las colecciones Sting y Givenchy aportaron a la cifra de negocios de Indo 0,62 millones de euros, es decir, un 8,7% sobre las ventas de gafas distribuidas y un 1,9% sobre la cifra de negocios de la unidad de Gafas. En el ejercicio 2007, se pasó de consolidar las ventas de Sting y Givenchy a consolidar los resultados por puesta en equivalencia.
3. Las dificultades de Inviva Eyewear S.A. de cumplir los presupuestos definidos. Indo facturó a través de la joint venture Inviva Eyewear en 2007 3,7 millones de euros (un 66,6% de las monturas distribuidas y un 11,4% de la unidad de Gafas).

- Otras

Esta partida incluye las gafas vendidas en concepto de liquidación de todas las marcas y las ventas de fornituras (varillas, frentes – parte frontal de la montura – y recambios de gafas principalmente). Esta actividad pasó de registrar una cifra de negocios 2005 de 2,77 millones de euros a 0,4 millones de euros en 2007 (-2,37 millones de euros). Esta partida evolucionó a la baja, en parte debido a que Indo, siguiendo la tendencia del mercado, dejó de cobrar en estos últimos años las ventas de fornituras.

Adicionalmente, dentro de las ventas de la unidad de Gafas, cabe distinguir entre las ventas de gafas de receta (monturas) y las ventas de gafas de sol, siendo estos últimos más sensibles a los efectos del consumo que las gafas de receta. En el ejercicio 2007, las ventas de gafas de receta representaron un 66,7% de la cifra de negocios de la unidad

de Gafas y el 33,3% restante las gafas de sol. Esta proporción de gafas no se ha modificado considerablemente durante el periodo 2005-2007.

Posicionamiento

En términos generales, en Gafas Indo se sitúa en el segmento alto del mercado, ofreciendo productos de alto valor añadido tanto en prestigio, calidad, diseño y precio. Indo compite de igual a igual con los líderes del mercado actual en el ámbito de gafas, como son Luxottica (Italia), Safilo (Italia), Marchon (Estados Unidos), Silhouette (Austria), De Rigo (Italia), Marcolin (Italia), Viva (Estados Unidos) y L' Amy (Francia), entre otros, aunque más centrado en el mercado español.

Antiguamente Indo fabricaba y comercializaba monturas de bajo valor y precio, pero dada la entrada masiva de producto asiático, Indo decidió abandonar esta posición para concentrarse en las marcas de diseño y, consecuentemente, de alto valor añadido.

En cuanto a la contribución en márgenes de explotación de cada actividad, las gafas licenciadas presentan un margen superior a las distribuidas, dado el reconocido prestigio de las mismas y el hecho de encontrarse ligadas a la moda. Asimismo, al ser fabricadas propiamente por Indo, permiten obtener la marginalidad total, en vez de compartirla con el fabricante que posee la licencia.

Cadena de valor

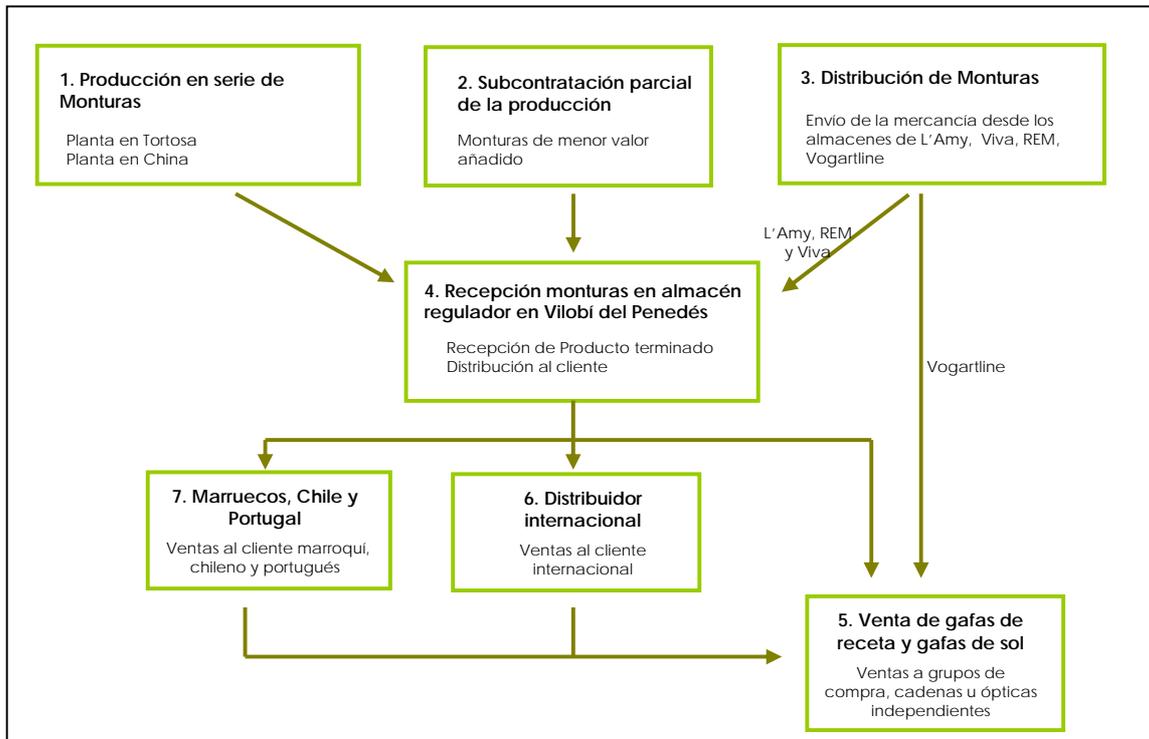
La cadena de valor del sector óptico ha sido descrita en el punto de cadena de valor de la unidad de negocio de Lentes.

En la unidad de negocio de Gafas, Indo actúa como fabricante y distribuidor de gafas de marcas propias y licenciadas, como es el caso, por ejemplo, de Carolina Herrera, y actúa como sólo distribuidor en el caso de gafas con contrato de distribución (contrato con el grupo francés L' Amy, por ejemplo).

En el caso de las gafas bajo marca licenciada, Indo paga un royalty a la firma licenciataria que oscilan entre un 7% y un 10% de los ingresos, prefijándose unos royalties mínimos. Estos royalties varían considerablemente en función de la marca y el país donde se distribuya el producto.

Proceso de fabricación y distribución

Dependiendo del tipo de gafa, el papel de Indo es diseñar, fabricar y distribuir (gafas licenciadas y propias) o solo distribuir (gafas distribuidas). Se presenta a continuación el proceso de fabricación y comercialización de gafas.



1. Indo cuenta con dos centros de producción de lentes, uno en Tortosa (Tarragona) donde se fabrican el 35% de las monturas que Indo produce y otro en China donde se fabrica el 65% restante de las monturas que produce Indo.

- En Tortosa, Indo fabrica monturas de acetato (plásticas).
- En el centro de producción de China, se fabrican monturas metálicas y varillas de acetato (subcomponentes para la planta productiva de monturas de acetato de Tortosa).

2. Adicionalmente, Indo subcontrata la fabricación de diversos modelos de monturas al mercado asiático. Estos fabricantes asiáticos son fabricantes debidamente homologados ya que cumplen los requisitos de servicio, calidad y coste, así como las condiciones de seguridad e higiene en el trabajo y el respeto del Pacto de Naciones Unidas "Global Compact" (pacto Responsabilidad Social Corporativa). Las gafas cuya fabricación se subcontrata representaron aproximadamente un 27% de las unidades vendidas en 2007 y un 20% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas.

3. Asimismo, Indo posee acuerdos de distribución de monturas con terceras empresas, tales como:

- El grupo francés L'Amy.
- La norteamericana Viva a través de la joint venture Inviva Eyewear, S.A.

- El grupo italiano De Rigo a través de la participación en un 40% del capital de su filial española, Vogartline España S.A.
- La empresa norteamericana REM.

4. Todas las monturas fabricadas, ya sea en Tortosa como en China, son gestionadas por Indo desde el almacén regulador de gafas que Indo tiene en Vilobí del Penedés (Barcelona). Este almacén es el encargado de regular el producto terminado y dispone de un "call center" (centro de atención al cliente) multilingüe para atender los pedidos de los clientes tanto nacionales como internacionales. La logística (gestión de existencias) es gestionada por Indo, mientras que la distribución (transporte) es subcontratada.

5. Si el cliente es un grupo de compras, una cadena o un óptico que se encuentra en el ámbito nacional, Indo distribuye las monturas desde el almacén hasta el cliente de forma directa para así evitar tener stock en las delegaciones.

6. Para llevar a cabo las ventas internacionales, Indo cuenta con una red de distribuidores internacionales independientes con los que tiene acuerdos de distribución en exclusiva. Estos distribuidores reciben la visita de comerciales de Indo, efectuando los pedidos correspondientes que son recibidos por el almacén regulador de Vilobí del Penedés. Presentamos a continuación los países en los que la unidad de negocio de Gafas cuenta con una red de distribuidores:

- África: Egipto, Túnez, Sudáfrica, Botswana y Mauricio, entre los más importantes. Adicionalmente, Indo distribuye gafas en Marruecos a través de su filial Indo Maroc.
- América: Argentina, Brasil, Colombia, Méjico, Perú, Ecuador, Guatemala, Paraguay, República Dominicana, Uruguay, Venezuela, entre los más importantes. Adicionalmente, el mercado de Chile, se cubre a través de la filial de la Compañía.
- Asia: Arabia Saudita, India, Indonesia, Kuwait, Corea, Malasia, Vietnam, Líbano, Singapur, Bahrein, China, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, Israel, Jordania, entre los más importantes.
- Europa: Alemania, Austria, Grecia, Bélgica, Hungría, Chipre, Holanda, Lituania, Estonia, Eslovenia, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza, Malta y Turquía, entre los más importantes. Adicionalmente, el mercado de Portugal, se cubre a través de la filial de la Compañía.

En 2007, el mercado internacional supuso un 29,4% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas. Los principales países donde Indo concentra sus ventas de gafas son Portugal (7,1%), Gran Bretaña (3,1%) y Francia (1,7%).

7. En el caso de mercado marroquí, chileno y portugués, Indo distribuye sus monturas a estos países a través de sus filiales que Indo tiene en los respectivos países.

Las monturas son distribuidas en aquellos países donde Indo tenga la licencia o acuerdo de distribución de la marca (en apartado 6.4. del presente Documento de Registro, se muestran los países donde Indo distribuye las gafas de las marcas licenciadas).

A cierre del ejercicio 2007, la unidad de negocio de Gafas contaba con 81 comerciales a nivel mundial, un 38,9% de la fuerza comercial de la Compañía.

Estrategia

En el ejercicio 2007, la cifra de negocios de Gafas presentó un retroceso respecto el 2006, dada la reducción de unidades vendidas, principalmente, como consecuencia de la entrada de productos procedentes de Asia a bajo coste y el anuncio de la pérdida de la distribución de Lacoste (grupo L´Amy), entre otros motivos.

Ante esta situación Indo prevé compensar estos factores a través de las siguientes medidas:

1. En línea con el plan de focalización en productos, Indo apuesta por el crecimiento de las ventas de marcas licenciadas, principalmente Carolina Herrera y Massimo Dutti, que por tratarse de productos de calidad, diseño y elevado prestigio, pueden asumir precios de venta superiores por parte de los consumidores y consecuentemente, permiten a Indo obtener márgenes superiores.
2. Indo prevé ampliar su portafolio de productos, incorporando nuevas marcas que aporten mayor valor añadido y, consecuentemente, márgenes superiores. En este sentido, a partir de Septiembre de 2008, Indo fabricará y comercializará, a nivel mundial, la marca Custo Barcelona, que cuenta con un buen posicionamiento de marca a nivel nacional y con una gran proyección internacional, por lo que se espera convertirse en una de las marcas licenciadas más importantes de Indo en el futuro.
3. En el ejercicio 2008, Indo compensará la bajada en ventas provocada por la pérdida de Lacoste del grupo L´Amy, con la entrada de la marca Levi´s perteneciente a la cartera de marcas licenciadas del grupo L´Amy.
4. La Compañía está realizando esfuerzos para conseguir mejorar la eficiencia en la estructura comercial actual, gestionando conjuntamente los equipos de gafas, lentes oftálmicas y bienes de equipo, consiguiendo así sinergias comerciales entre unidades de negocio. En el ejercicio 2007, creó la Unidad Mundial de Ventas que se describe con mayor detalle en el apartado 17.1 del presente Documento.
5. Indo prevé mejorar la gestión de su circulante con el objetivo de reducir la obsolescencia de las colecciones y reducir la diferencia existente entre demanda y oferta. Para ello, Indo cuenta con distintas herramientas, como son el Tablet PC o los programas de planificación de pedidos.
6. El servicio y la red de distribución son también dos aspectos que Indo prevé potenciar, principalmente en el ámbito internacional.

Unidad de Negocio de Bienes de equipo

Introducción

Un 28% de la cifra de negocios 2007 de Indo corresponde a la unidad de Bienes de Equipo. Esta unidad se divide en cuatro familias de productos o servicios:

- Maquinaria: son todos aquellos equipos que se instalan en un laboratorio óptico. La actividad de Indo consiste en diseñar y desarrollar estos equipos, subcontratando su fabricación, para después distribuirlos al óptico. Principalmente existen dos familias de máquinas:
 - o Biseladoras que son máquinas que biselan las lentes a la forma de la montura. El producto estrella es la gama Advance, un novedoso sistema de biseladoras que pretende sustituir a las biseladoras tradicionales al ser mucho más preciso y de mayor calidad. Asimismo, este nuevo sistema permite cortar las lentes mucho más curvadas y evitar la rotura de lentes. Lanzada al mercado en el ejercicio 2006.
 - o Periféricos que son aquellas máquinas lectoras de la forma de la gafa. Uno de los equipos más reconocidos se comercializan bajo la marca Indoform (maquina que reconoce la forma de la montura mediante un palpador que al reseguir la forma del aro, digitaliza la curva y la traslada a la biseladora para el correspondiente biselado de la lente).

Estas dos familias de máquinas suelen venderse en un sólo pack o sistema, aunque también pueden adquirirse por separado.

En la actualidad, Indo cuenta aproximadamente con 4.500 máquinas instaladas en España, cuya vida útil se estima en seis años. El crecimiento en España de esta línea de negocio viene por la renovación de estos equipos, a través del continuo lanzamiento de nuevos productos que suponen desarrollos tecnológicos superiores a los que el óptico posee actualmente, bien por calidad del servicio bien por reducción de costes. En este sentido, Indo promueve "Planes Renove" para incentivar la renovación de máquinas de biselar. Estas acciones comerciales consisten en recomprar una máquina antigua al óptico y venderle en paralelo una maquina nueva. Adicionalmente, el crecimiento futuro de esta línea de producto provendrá del mercado internacional ya que, hasta ahora, la Compañía estaba muy centrada en el mercado español. Indo prevé ampliar y potenciar su distribución internacional dada la existencia de importantes oportunidades de crecimiento a nivel internacional.

- Instrumentos: son aquellos equipos que utilizan los ópticos y oftalmólogos para diagnosticar defectos visuales y que utilizan los oftalmólogos para operar dichos defectos visuales. La actividad que Indo desarrolla es meramente de distribución. Sus principales proveedores de instrumentos son Nidek, Takagi y Welch Allyn a nivel de distribución en España, y Welch Allyn, Tomey y Huvitz a nivel de distribución internacional.

Principalmente existen cuatro familias de instrumentos que se han dividido en dos en función del sector al que van dirigidos:

- o Instrumentos destinados tanto al sector óptico como oftalmológico:
 - Instrumentos dirigidos a gabinetes de refracción (sala que tienen los ópticos y clínicas oftalmológicas para determinar la prescripción del cliente). La gama de unidades de refracción está compuesta por tres productos: la unidad Gala que está posicionada en gama alta, la unidad Cubica, posicionada en el segmento medio-alto del mercado y cuyas ventas son las más relevantes, y la unidad ECO posicionada en un segmento medio-bajo y cuya comercialización se prevé para Junio de 2008 en los mercados internacionales. Adicionalmente, se encuentran gran variedad de instrumentos principalmente dirigidos a detectar el número de dioptrías del paciente, a medir la presión ocular, a analizar el fondo de ojo, etc. Algunos de estos instrumentos son los forópteros (equipos con los cuales el profesional determina la graduación), lámparas de hendidura (equipos para ver el fondo del ojo) y autorefractómetro (equipos automáticos que determinan la ametropía -miopía, hipermetropía y astigmatismo- del paciente de forma objetiva), entre otros.
 - Equipos de diagnóstico: equipos que no se encuentran en un gabinete de refracción por tratarse de instrumentos más sofisticados, pero que también se utilizan para el diagnóstico de defectos visuales. Algunos de los equipos de diagnóstico más destacables son los tonómetros (equipos que determinan la presión ocular), las cámaras de fondo (equipo que permiten realizar un análisis de la retina) y los topógrafos (equipos que realizan análisis de cornea), entre otros.
 - Instrumentos de mano: equipos de fácil manejo utilizados para determinar pequeñas lesiones oculares. Esta familia de instrumentos está formada principalmente por dos productos: oftalmoscopios y retinoscopios.
- o Instrumentos para el oftalmólogo:
 - Láser: equipos para operar cataratas y otras patologías oculares. Los láseres que vende Indo no corrigen ametropías. Indo no potencia la distribución de láser para operar ametropías, dado que el mercado de este tipo de equipos no presenta suficiente crecimiento. Indo distribuye dos equipos de láser: láser YAG y láser GYC.
- Prestación de servicios: servicio post-venta que ofrecen los comerciales de Indo a los profesionales del sector óptico y oftalmológico. El servicio técnico o post-venta de la unidad de Bienes de equipo está formado por técnicos cuya

misión es la de instalar, poner a punto y si es necesario, reparar cualquier equipo que Indo ofrece en el mercado. El servicio técnico de Indo cubre todo el territorio español, actuando entre 24-48 horas después del aviso, así como también cubre el mercado internacional.

- Interiorismo: Indo Interiorismo es un negocio independiente, agrupado dentro de la unidad de negocio de Bienes de equipo, cuyo objetivo es diseñar y personalizar los establecimientos ópticos y clínicas oftalmológicas, adoptándolos al gusto y exigencias de los clientes, así como mejorar la distribución con el fin de conseguir una mayor funcionalidad y aprovechamiento del local. El ámbito de actuación de Indo en esta actividad se limita a España.

Factores clave de mercado

Los factores clave del mercado de bienes de equipo son los siguientes:

1. Madurez del sector

En cuanto a la madurez del mercado, cabe destacar que en países como España, el sector óptico está desarrollado y por tanto no existe un gran crecimiento en número de aperturas de ópticas. Por tanto, en estos mercados, las ventas de maquinaria están muy focalizadas en renovaciones y up-dates (actualizaciones) tecnológicos. Sin embargo, existen países en vías de desarrollo, como Europa del Este o los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China) donde existen importantes oportunidades para la unidad de Bienes de equipo de Indo. En estos países, el segmento detallista se tiene que desarrollar y por lo tanto equipar. A modo de ejemplo, en Polonia, país de unos 40 millones de habitantes, están censadas únicamente unas 2.000 ópticas frente a las 10.000 ópticas censadas en España. Además, en estos países, las ópticas ya instaladas, normalmente están equipadas con equipamientos antiguos y tecnológicamente obsoletos. En este sentido, este mercado se puede considerar en desarrollo.

2. Servicio post-venta

En el sector de bienes de equipo, las barreras de entrada son básicamente tecnológicas, si bien el servicio técnico post-venta es muy importante de cara a la comercialización del producto, principalmente por dos aspectos:

- o Para que el cliente confíe en el producto ofrecido. Desde el punto de vista tecnológico, hoy en día en el sector óptico se ha llegado a un nivel de sofisticación muy elevado. Los principales proveedores de bienes de equipo son capaces de suministrar equipos con prestaciones similares, sin embargo, su elemento diferenciador es el servicio post-venta. El servicio post-venta es un elemento imprescindible para fidelizar al cliente.
- o Para poder ampliar la distribución. La expansión geográfica en el sector de bienes de equipo debe asegurar un buen servicio post-venta. La puesta en marcha de un servicio post-venta es costosa en un inicio por ser un coste fijo mientras el número de equipos vendidos es escaso.

En términos generales, Indo ofrece una garantía de un año, pudiéndose ampliar hasta dos años en el caso de clientes excepcionales. Esta garantía incluye la mano de obra, el desplazamiento y los componentes a sustituir durante el primer año después de la compra.

3. Gama de productos

Actualmente, el mercado de maquinaria busca productos de fácil instalación y uso así como con un alto grado de automatización. Por otra parte, en el mercado de los instrumentos, el cliente busca la sofisticación de los mismos con el objetivo de poder diferenciarse respecto a la competencia y que esta diferenciación pueda ser percibida por el cliente.

Cuanto mayor sea la gama de productos, más posibilidades de crecimiento se tiene, especialmente si se trata de productos nuevos que supongan crecimiento de negocio y no la mera sustitución de productos existentes que solo suponen renovación, y por lo tanto mantenimiento de negocio.

4. Calidad y precisión de los equipos

El coste de los equipos hasta el momento no ha sido un factor decisivo en la venta de bienes de equipo, si bien es verdad que el precio de venta cada vez tomará mayor importancia. Los principales proveedores de bienes de equipo del mundo fabrican y utilizan componentes del primer mundo. Sin embargo, cada vez más se está constatando la presencia más agresiva de productos coreanos, que podrían suponer una presión en los precios, por contar con costes de producción menores a los españoles. Sin embargo, hoy por hoy, los fabricantes de origen asiático no representan una seria amenaza porque sus productos no cuentan con los estándares de calidad aceptados en los mercados occidentales y la inversión en bienes de equipo es una decisión muy importante para el óptico no sólo desde el coste sino también porque su elección se basa en la precisión de las máquinas ya que si éstas fallan, el óptico puede tener que paralizar su actividad (graduar, montar gafas, etc.) y por lo tanto ver perjudicada su actividad.

Actualmente, Indo subcontrata la fabricación de los componentes de la maquinaria a proveedores españoles, así como el ensamblaje final. Sin embargo, Indo está estudiando la posibilidad de subcontratar la fabricación de partes y/o componentes de su maquinaria en países asiáticos, controlados debidamente para asegurar la calidad de los mismos. De cualquier forma, el ensamblaje final se prevé mantener en España.

5. Importancia de la inversión en I+D

En el ejercicio 2007, la unidad de negocio de Bienes de equipo invirtió aproximadamente un 3% de la cifra de negocios de la unidad en I+D. La inversión en I+D es un factor clave en el negocio por la necesaria evolución de los bienes de equipo en cuanto a sencillez de uso, prestaciones que incorporan y el grado de sofisticación. En el caso de las biseladoras, por ejemplo, la constante inversión permite conseguir equipos cada vez más sofisticados y eficientes, capaces de biselar las lentes con mayor exactitud y calidad.

Los desarrollos que lleva a cabo el departamento de I+D de Bienes de equipo son básicamente equipos avanzados para el biselado, centrado y captura de datos de las

lentes con el objetivo de su transformación mediante el biselado y/o perforación de la lente redonda que sale de fábrica a la forma de la montura. Recientemente se ha desarrollado conjuntamente con la Universidad de Valencia un sistema de diagnóstico médico por sensibilidad al contraste que está en pruebas. El departamento de I+D de Bienes de equipo se dedica fundamentalmente al desarrollo de maquinaria avanzada de control numérico y por tanto sus áreas básicas de conocimiento son la Ingeniería mecánica y electrónica.

6. Tamaño de la empresa

La dimensión también es, en esta unidad de negocio, un factor importante. En términos generales, a mayor dimensión, menor es el impacto de los costes indirectos de producción, al obtener sinergias con los distintos productos que la compañía comercializa.

Adicionalmente, el tamaño de la empresa es también un factor clave ya que permite contar con una mayor capacidad de inversión en I+D y con una red de distribución mayor que permite tener acceso a un mayor número de clientes y, por tanto, tener un mayor poder de negociación.

Cifra de negocios por familia de producto

Se presenta a continuación la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo por familia de producto/servicio:

Desglose del Importe Neto de la Cifra de Negocios de Bienes de Equipo

Bienes de equipo (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Bienes de equipo		
						2007	2006	2005
Maquinaria	17.617	(2,6%)	18.096	(14,0%)	21.033	44,6%	46,8%	53,5%
Instrumentos	15.787	8,3%	14.578	22,7%	11.877	40,0%	37,7%	30,2%
Prestación de Servicios	1.593	(3,7%)	1.654	(15,4%)	1.956	4,0%	4,3%	5,0%
Interiorismo	4.487	3,2%	4.348	(2,1%)	4.441	11,4%	11,2%	11,3%
Cifra de Negocios	39.484	2,1%	38.676	(1,6%)	39.307	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo			
Maquinaria	12,5%	12,2%	14,0%
Instrumentos	11,1%	9,8%	7,9%
Prestación de Servicios	1,1%	1,1%	1,3%
Interiorismo	3,2%	3,0%	2,9%
Bienes equipo s/Cifra de negocios Indo	27,9%	26,1%	26,1%

- Maquinaria

En la tabla anterior se observa que la maquinaria es la división más importante en cifra de negocios dentro de la unidad de Bienes de equipo (44,6% sobre la facturación 2007).

Destacar que, durante el ejercicio 2005, Indo ganó un concurso internacional excepcional en Argelia por importe de 3,3 millones de euros para equipar 16 escuelas de formación de óptica en dicho país, que no se han considerado negocio recurrente.

Si no considerásemos la operación de Argelia, la cifra de negocios de maquinaria hubiera ascendido en 2005 a 17,7 millones de euros y, consiguientemente, la evolución de la cifra de negocios se hubiera mantenido estable al compensarse la elevada presencia a nivel nacional con la menor capacidad de distribución internacional.

Se detallan a continuación los desarrollos más innovadores lanzados al mercado durante el periodo 2005-2007 en esta familia de productos:

- En el año 2005, se inició el desarrollo del proyecto Opera Scan, un equipo que utiliza el óptico, capaz de detectar automáticamente las coordenadas y la forma de una lente para los montajes de lentes al aire. En el año 2006, el equipo Opera Scan recibió el premio internacional Silmo d'Or, como el producto más innovador del sector óptico a nivel mundial en cuanto a diseño y tecnología.
- A mediados del 2006, Indo lanzó al mercado una nueva gama de sistemas de biselado Advance que aportaban mayores prestaciones y facilidad de uso a los ópticos. Se trata de un novedoso sistema que permite biselar lentes mucho más curvadas y evitar roturas de lentes.
- Durante los ejercicios 2006 y 2007, Indo trabajó en el desarrollo de Center, un equipo para determinar, de forma automática y en 3D, los parámetros ópticos para el montaje de lentes oftálmicas a la montura. Adicionalmente, este equipo incorpora un software que ayuda al óptico a argumentar que tipo de lentes se adapta mejor a las necesidades del cliente. Está especialmente indicado para lentes progresivas Free-Form. Este equipo se presentó en Febrero de 2008 en el Salón Internacional de Óptica y Optometría ExpoÓptica de Madrid.

- Instrumentos

La familia de instrumentos representó en el ejercicio 2007 un 40% de la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo. En 2007, la cifra de negocios de instrumentos registró un crecimiento de un 8,3% respecto a 2006 y en 2006 un crecimiento de un 22,7% respecto a 2005. Este crecimiento se explica principalmente por dos factores:

1. Ampliación de la red de distribución internacional, principalmente en Francia y USA, así como creación de la figura del "Product Specialist" en España que se trata de un comercial con formación técnica (óptico) que realiza la venta de productos de Bienes de equipo de mayor complejidad técnica y que necesitan de demostración y seguimiento continuado.
2. Constante esfuerzo en ampliar la cartera de productos distribuidos, principalmente en la gama de instrumentos distribuidos en los mercados internacionales. Hasta la actualidad, la cartera de instrumentos a nivel nacional es muy amplia, al contar Indo con la distribución de los instrumentos de Nidek desde hace más de 10 años, siendo los productos de este fabricante los de mayor valor añadido del mercado mundial. Sin embargo, en los mercados internacionales, Indo tiene una cartera de productos amplia a nivel de maquinaria pero no en instrumentos, ya que Nidek cuenta con distribuidores locales diferentes a Indo en el resto de países. Indo es el cuarto distribuidor más importante de Nidek y cuenta con un contrato de distribución que se renueva a cinco años cada año (rolling contract). En el

ejercicio 2007, la cifra de negocios de Indo originada por la venta de instrumentos de Nidek ascendió a 8,68 millones de euros (un 22% de la unidad de Bienes de equipo). Para completar la gama de instrumentos, Indo ha alcanzado acuerdos de distribución con el proveedor Huvitz en Francia, con Tomey en Portugal y con Shinn Nipon en USA. Adicionalmente en 2007, Indo ha llegado a acuerdos con los proveedores Metrovision (Francia), Apassamy (India), Keeler (Reino Unido) y Macuvisión (EEUU) para ampliar la gama de instrumentos y ofrecer de este modo soluciones más globales para sus clientes.

Dado que la renovación de instrumentos es más lenta que la renovación de maquinaria, el crecimiento de esta línea de negocio está condicionado por la capacidad de Indo de proveer nuevos instrumentos al óptico, que le permitan diferenciarse del resto de la competencia. Estos instrumentos permiten ofrecer al óptico nuevos servicios que fidelizan al cliente a través del seguimiento de los defectos visuales del paciente que suponen visitas recurrentes a la óptica frente a otros competidores que basan su oferta en el precio. La Compañía tiene posibilidades de crecimiento a nivel nacional e internacional.

- Prestación de servicios

La cifra de negocios procedente de la prestación de servicios representó en el 2007 un 4% de la cifra de negocios de Bienes de equipo. Se trata de un servicio post-venta que complementa la oferta de maquinaria e instrumentos y que consecuentemente, va muy ligada a la evolución de los mismos. Este servicio post-venta permite el contacto directo con el cliente de Bienes de equipo en el mercado español y en los países en los que Indo tiene filiales, lo que supone una ventaja competitiva para esta unidad.

- Interiorismo

Indo Interiorismo está especializada en proyectos de arquitectura interior. La necesidad del óptico u oftalmólogo de remodelar su espacio de trabajo y buscar la diferenciación continúa mostrando un fuerte ritmo de crecimiento.

Indo Interiorismo cuenta con un equipo de 16 personas integrado por diseñadores de interiores, arquitectos, aparejadores y diseñadores industriales en sus delegaciones de Barcelona, Madrid y Sevilla. En un mercado cada vez más competitivo, Indo Interiorismo sigue manteniéndose con un posicionamiento muy destacado en este tipo de servicios.

Durante el ejercicio 2006, Indo llegó a un acuerdo de distribución con el Grupo Presenta Nova, por el cual comercializa en exclusiva su gama de complementos en el mercado español (barras, colgadores, estantes etc.).

En el año 2005, Indo llegó a un acuerdo de distribución con el grupo Checkpoint Systems, por el cual comercializa sus sistemas de protección electrónica (sistema antirrobo) en el sector de la óptica, incrementando y mejorando su portafolio de productos.

Por otro lado, es interesante destacar que dentro de la unidad de Bienes de equipo, los productos y servicios ofrecidos no van dirigidos a los mismos sectores. La venta de maquinaria está concentrada únicamente en el sector óptico y la venta de instrumentos, los servicios post-venta e interiorismo van dirigidos tanto al sector óptico como al

oftalmológico. A continuación se presenta la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo por sector:

Distribución de la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo por sector

Cifra de negocios Bienes de equipo (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Bienes de equipo		
						2007	2006	2005
Sector óptico	35.461	2,9%	34.472	(3,9%)	35.867	89,8%	89,1%	91,2%
Sector oftalmológico	4.023	(4,3%)	4.204	22,2%	3.440	10,2%	10,9%	8,8%
Cifra de Negocios Bienes de equipo	39.484	2,1%	38.676	(1,6%)	39.307	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: La Compañía

% s/Cifra Negocios Indo

Sector óptico	25,0%	23,2%	23,8%
Sector oftalmológico	2,9%	2,9%	2,3%
Bienes de equipo s/Cifra Negocios Indo	27,9%	26,1%	26,1%

Posicionamiento

En el ámbito de Bienes de equipo, Indo posiciona sus productos en la gama alta del mercado tanto en la familia de maquinaria para el óptico (biseladoras, bloqueadores, etc.) como en los instrumentos que distribuye a los ópticos y/o oftalmólogos, de distinta procedencia Nidek (Japon), Huvitz (Corea) y Tomei (Japón).

Indo se diferencia de sus competidores gracias al elevado grado de innovación y valor añadido de sus productos, el elevado servicio post-venta al cliente, la amplia gama de productos que ofrece, la fiabilidad de sus productos y la potente red de distribución en España. Algunas de las empresas con las que Indo compite son Essilor (Francia), Nidek (Japón), Briot (Bélgica), Takubo (Japón) y Seiko (Japón), entre otros.

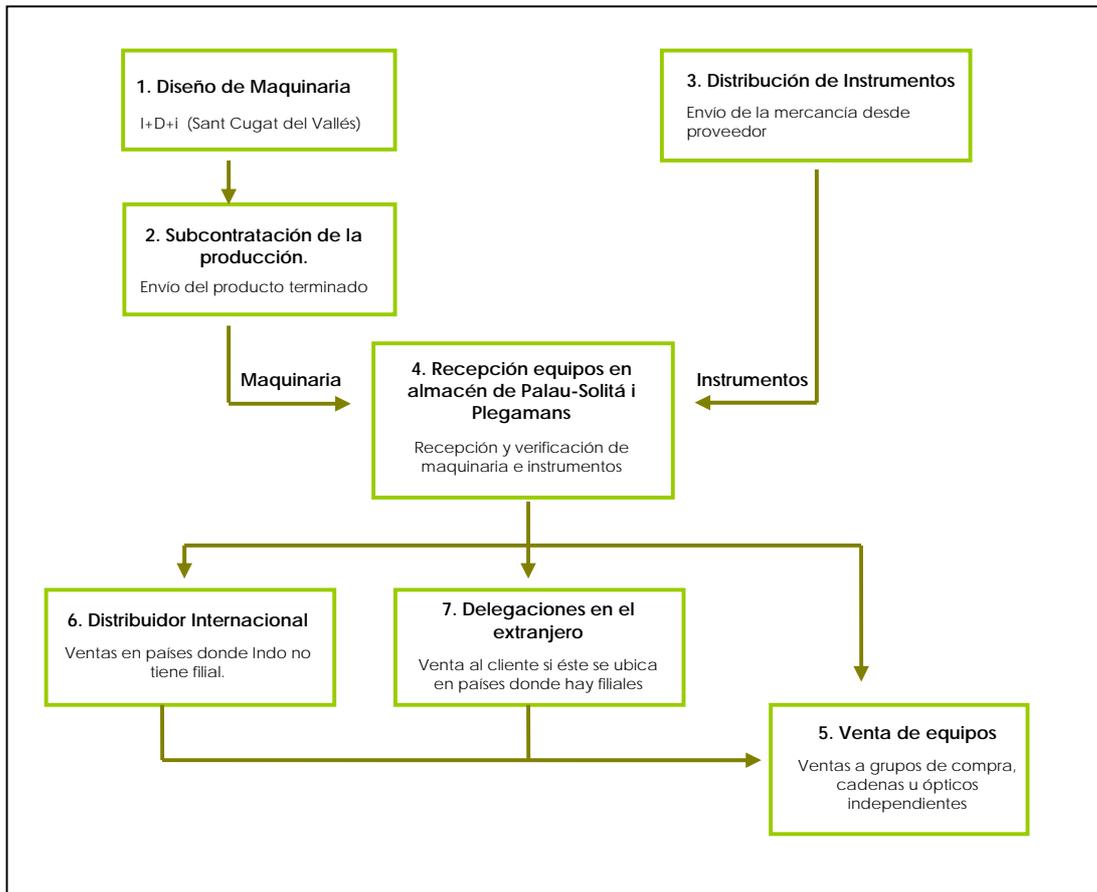
Cadena de valor

La cadena de valor del sector óptico se muestra en el punto de cadena de valor de la unidad de negocio de Lentes.

En Bienes de equipo, Indo actúa como fabricante y distribuidor en el caso de la maquinaria y como distribuidor en el caso de los instrumentos. Sin embargo, cabe remarcar que en el caso de la maquinaria Indo no fabrica directamente los equipos, sino que subcontrata la fabricación a terceros, reservándose el diseño, la investigación y desarrollo de maquinaria en su propia estructura de gestión, así como la verificación y control final del producto.

Proceso de fabricación y distribución

Se presenta a continuación el proceso de fabricación y comercialización de Bienes de equipo en Indo:



1 y 2. En cuanto a la maquinaria, Indo diseña los equipos y subcontrata el 100% de la fabricación a terceros. Indo cuenta con un número elevado de proveedores, que fabrican diferentes componentes de las máquinas y que se ensamblan en un proveedor final subcontratado. De esta manera se consigue mantener el know how. Los proveedores, tanto de fabricación como de ensamblaje de maquinaria, son españoles.

3. En cuanto a los instrumentos Indo posee acuerdos de distribución de instrumentos con terceras empresas proveedoras.

4. El almacén de Palau-Solitá de Plegamans (Barcelona) actúa como almacén regulador y verificador de bienes de equipo y desde allí son distribuidos a los clientes finales (grupos de compra, cadena u ópticas independientes). Tanto la logística (gestión de existencias) como la distribución (transporte) de los equipos son subcontratados.

5. Si el cliente se ubica en el mercado español, Indo distribuye sus equipos del almacén directamente al cliente.

6. Indo distribuye sus equipos a través de las delegaciones si el cliente se ubica en algunos de los países donde Indo tiene filiales. Estas filiales son las situadas en EEUU, Italia, Francia, Marruecos, Portugal y Chile.

En cada una de estas filiales (centros de distribución de bienes de equipo) Indo cuenta con un equipo comercial. A cierre del ejercicio 2007, la unidad de negocio de Bienes de equipo contaba con 28 comerciales a nivel mundial, un 13,5% de la fuerza comercial de la Compañía.

7. En el caso de que el cliente sea de un país donde Indo no tiene delegación, la distribución se realiza a través de distribuidores independientes:

- África: Egipto, Túnez y Sudáfrica, entre los más importantes. Asimismo, Indo distribuye bienes de equipo en Marruecos a través de su empresa del grupo Indo Maroc.
- América: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Méjico y Perú, entre los más importantes. Asimismo distribuye bienes de equipo al mercado estadounidense y canadiense a través de su filial americana Optical Equipment Group, sociedad que adquirió en 2004.
- Asia: Arabia Saudita, Dubai, India, Indonesia, Kuwait, Líbano, Singapur y China, entre los más importantes.
- Europa: Alemania, Bulgaria, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Grecia, Hungría, Holanda, Lituania, Noruega, Polonia, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza y Turquía, entre los más importantes. Asimismo, Indo vende a Italia, Portugal y Francia a través de las filiales del grupo Indo Italia Srl, Sedosa Portugal e Indo France, respectivamente.

El 63% de la cifra de negocios de esta unidad proviene del mercado español y el 37% restante del mercado internacional. Los principales países donde Indo concentra sus ventas de bienes de equipo son EEUU (12,6%), Francia (4,9%) y Portugal (4,9%).

Estrategia

Durante los últimos años, esta unidad de negocio se ha comportado de forma muy positiva, contando con grandes oportunidades de crecimiento. Las ventajas competitivas de Indo en esta unidad de negocio son el servicio de atención al cliente, el elevado grado de innovación y la amplia gama de maquinaria.

El 63,3% de la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo se realiza en el mercado español. En este mercado, Indo ya ha consolidado su posición y, por ello, su estrategia de crecimiento se basa en la renovación de los equipos. En este sentido, dado que la vida útil de los equipos se estima entorno a seis años, la palanca de crecimiento se centra en el lanzamiento de nuevos productos de mayor grado de innovación y, al mismo tiempo, de fácil uso, con el fin de fomentar la renovación en un plazo inferior. Para ello, Indo invierte aproximadamente un 3% de la cifra de negocios de la unidad de Bienes de equipo en I+D.

En el mercado internacional, Indo cuenta con un potencial de crecimiento importante. Su estrategia está basada en la penetración en este mercado vía lanzamiento y renovación de nuevos equipos. Sin embargo, actualmente Indo cuenta con una limitada capacidad de distribución internacional. Con el objetivo de ampliar su red internacional, Indo prevé

potenciar la distribución de sus productos en aquellos países donde actualmente ya está presente, ampliando su cartera de productos, reforzando el equipo comercial, etc. Cabe destacar que en la unidad de Bienes de Equipo, la expansión internacional requiere asegurar un servicio post-venta de calidad. Este servicio supone un coste fijo importante al inicio mientras el número de equipos vendidos es escaso.

Adicionalmente, Indo se está planteando crecer en el mercado internacional vía operaciones corporativas o alianzas comerciales, principalmente en la unidad de Bienes de equipo, en función de su capacidad de generar fondos y/o endeudamiento adicional. Actualmente, se están estudiando distintas alternativas y analizando su viabilidad. Con estas operaciones y alianzas, Indo no sólo conseguiría incrementar su capacidad de distribución actual, sino que también le permitiría completar la actual cartera de productos, ganar tamaño y poder de negociación frente a proveedores y clientes.

En cuanto a la gestión de los costes, Indo está analizando la posibilidad de deslocalizar el ensamblaje de los componentes de la maquinaria a países con bajos costes de mano de obra, como son los países asiáticos o países de la Europa del Este.

6.1.2. Indicación de todo nuevo producto y/o servicio significativos que se hayan presentado y, en la medida en que se haya divulgado públicamente su desarrollo, dar la fase en que se encuentra.

A continuación se detallan aquellos productos y servicios más destacados lanzados recientemente al mercado por Indo.

Referente a la unidad de negocio de Lentes, destacar los lanzamientos de nuevos diseños de lentes progresivas especializadas LifeMADE con nuevas funcionalidades, así como el lanzamiento de un nuevo tratamiento "limpio ultra-resistente", tratamiento endurecido de las lentes orgánicas que supone una mayor resistencia al rayado entre 5 y 6 veces más que un tratamiento endurecido tradicional.

Se detallan a continuación los lanzamientos y acuerdos firmados más destacados en la unidad de negocio de Gafas:

1. A partir del año 2008, Indo, a través de su participación en el capital de Vogartline España S.A., distribuye al mercado español la marca de gafas Police, reconocida marca perteneciente al grupo italiano De Rigo.
2. La firma Custo Barcelona anunció el próximo lanzamiento de una línea de gafas que estarán disponibles a partir de Septiembre de 2008. Indo suscribió en Mayo de 2007 un contrato con Domus Viator, S.L. para la fabricación y comercialización en todo el mundo de esta nueva línea de gafas bajo la marca Custo Barcelona.
3. En Febrero de 2008, Indo anunció que distribuirá en exclusiva la nueva línea de monturas de Levi's (licencia del grupo francés L' Amy) en España y Portugal.
4. En Febrero 2006, Indo firmó un acuerdo con Massimo Dutti, empresa del grupo Inditex, para fabricar y comercializar la colección de gafas de esta marca en España y Portugal. En el ejercicio 2008, se prevé la comercialización también en

Méjico, así como se irá ampliando el número de países en función de la aceptación de la marca en los nuevos países.

Dentro de las novedades presentadas recientemente por la unidad de negocio de Bienes de equipo, destaca el desarrollo de Center, un equipo para determinar, de forma automática y en 3D, los parámetros para el montaje de lentes oftálmicas en la montura. Se prevé iniciar su comercialización en Junio de 2008.

6.2. Mercados principales

Descripción de los mercados principales en que el emisor compete, incluido un desglose de los ingresos totales por categoría de actividad y mercado geográfico para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica.

- Mercado geográfico

Presentamos a continuación el desglose de la cifra de negocios de Indo por zona geográfica:

Distribución cifra de negocio por zona geográfica

Cifra de negocio (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Total Cifra de Negocios		
						2007	2006	2005
Mercado Interior	100.019	(4,8%)	105.108	1,6%	103.451	70,6%	70,8%	68,8%
Exportación	41.631	(3,8%)	43.281	(7,7%)	46.872	29,4%	29,2%	31,2%
Unión Europea	26.921	2,7%	26.202	(1,9%)	26.721	19,0%	17,7%	17,8%
Países O.C.D.E	6.838	(12,5%)	7.811	(6,3%)	8.340	4,8%	5,3%	5,5%
Resto de Países	7.872	(15,1%)	9.268	(21,5%)	11.811	5,6%	6,2%	7,9%
Total Cifra de Negocio	141.650	(4,5%)	148.389	(1,3%)	150.323	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

En el ejercicio 2007, un 70,6% de la cifra de negocios de Indo se originó en el mercado español. El 29,4% restante de la cifra de negocios de Indo procedía del mercado internacional, concentrándose principalmente las ventas en Francia (5,45% de la cifra de negocios total), Portugal (5,1% de la cifra de negocios total) y EEUU (3,65% de la cifra de negocios total).

- Evolución del consumo en el mercado español

El sector óptico se encuentra especialmente afectado por la evolución del ciclo de la economía en general y, en particular, por la evolución del consumo. Durante los últimos cuatro meses del año 2007 y primeros meses de 2008, la economía española ha experimentado una ralentización del consumo motivada por el efecto combinado de diversos factores como el menor crecimiento del empleo, la caída de la renta disponible de las familias por la subida de tipos de interés y el efecto de la inflación y la caída de la confianza en la economía. Todo ello, conlleva una mayor prudencia en el consumo e inversión por parte de los consumidores particulares y las empresas. El consumo de los hogares, el componente que mayor peso tiene en el Producto Interior Bruto desde el punto de vista de la demanda, creció en el primer trimestre del año 2008 un 1,8% en términos interanuales, frente al crecimiento del 3,1% registrado en 2007 y del 3,7% en 2006

(fuente: Instituto Nacional de Estadística). Se trata de la tasa de variación más baja desde la recesión del bienio 1992-1993. En este sentido, la evolución del ciclo de la economía española afecta, en cierta manera, a los hábitos y frecuencia de compra de los consumidores, así como a la apertura de nuevos establecimientos ópticos y a la capacidad de invertir del óptico en nuevos equipos.

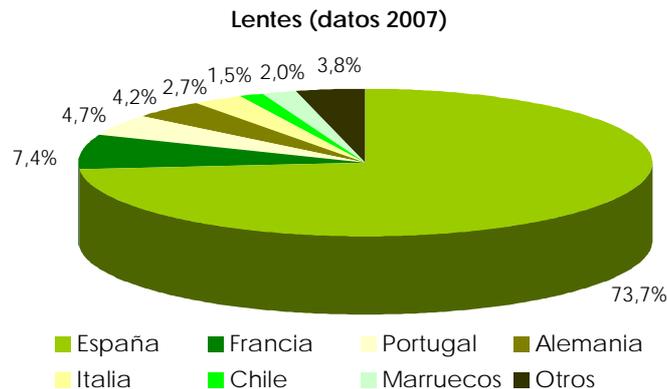
Como consecuencia de la desaceleración del consumo, entre otros factores, la cifra de negocios de Indo ha experimentado un descenso de un 14,3% en el primer trimestre de 2008 frente al mismo trimestre del año anterior.

- **Mercado geográfico por unidad de negocio**

Presentamos a continuación el desglose de la cifra de negocios por unidad de negocio y país:

1. Lentes

El mercado nacional representa un 73,7% aproximadamente de la cifra de negocios de la unidad de negocio de Lentes.



Fuente: La compañía

En el mercado internacional los países donde Indo ha obtenido unas mayores ventas son en aquellos donde tiene filiales. Estos países por orden de importancia son: Francia (7,4%), Portugal (4,7%) y Alemania (4,2%), destacando el incremento en Portugal, que ha pasado de representar un 2,8% de la cifra de negocios de Indo en el 2005 a representar un 4,7% en el 2007.

En el ejercicio 2007, la Compañía puso en marcha un plan de focalización en aquellos mercados que aportan valor y crecimiento a la Compañía. En consecuencia, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán y americano. Adicionalmente, en el caso del mercado de lentes italiano, Indo está analizando distintas alternativas estratégicas que prevé llevar a cabo durante el ejercicio 2008.

- Mercado alemán.

En 2001, Indo compró el 25% de la compañía alemana Schulz, completando en 2005 la compra del 75% restante. El precio total pagado por la empresa alemana ascendió a 3,5 millones de euros. Esta compañía se dedicaba a proveer al mercado alemán y danés de cualquier tipo de lente, orientando su oferta de productos de forma individual a cada cliente específico. En este sentido, Schulz trabajaba como un broker en el sector de lentes, comprando y vendiendo lentes de todo el mundo, específicas para cada cliente individual. Este enfoque de empresa era su principal ventaja competitiva, si bien imposibilitaba la estandarización de la oferta y, en consecuencia, la incorporación de productos de Indo en el catálogo de la compañía, por lo que la aplicación de economías de escala se mostró prácticamente nula.

El objetivo de Indo con esta adquisición era cambiar el enfoque de esta sociedad y redirigirlo hacia un tipo de empresa cuyo enfoque era similar al de Indo pero para el mercado alemán, posicionándose como competencia de importantes actores de mercado como Zeiss, Essilor y Rodenstock. Con el nuevo posicionamiento de la Compañía, Schulz comenzó a perder ventas puesto que pasó de ser una empresa especialista con un mercado fiel a competir con empresas líderes en el mercado.

En el ejercicio 2005, Schulz registró una cifra de negocios de 5,2 millones de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -132,7 miles de euros. En 2006, registró una cifra de negocios de 4,3 millones de euros (-17,2%) y un Ebit de -342,8 miles de euros (-158,3%). En 2007, la cifra de negocios descendió a 3,5 millones de euros (-16,7%) y el Ebit se redujo a -821,6 miles de euros (-139,7%). Después de seis años de participación en esta empresa, y analizando los volúmenes de venta alcanzados, era preciso realizar un costoso plan de reestructuración de plantilla con indemnizaciones asociadas, por ello, se decidió al final de 2007, abandonar el mercado alemán y registrar el deterioro del fondo de comercio de esta filial, lo que provocó un ajuste contable en la cuenta de resultados por importe de 3,16 millones de euros. Asimismo, se dotó una provisión de 1,07 millones de euros como gastos de reestructuración para cubrir las pérdidas generadas por el abandono del mercado alemán y americano, quedando el cierre totalmente provisionado. El impacto conjunto de esta filial en la cuenta de resultados de Indo (Ebit de la filial, costes reestructuración y provisión) ascendió en 2007 a -5 millones de euros. En Febrero de 2008, Indo ha dictado el procedimiento de insolvencia para la compañía Schulz. De esta manera, Indo evita que en el año 2008 se generen pérdidas por continuar con el negocio.

- Estados Unidos.

En 2002, se creó la sociedad Indo Lens US con el objetivo de vender Superfin en el mercado americano. En el ejercicio 2005, la filial americana registró una cifra de negocios de 198,5 miles de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -501,8 miles de euros. En 2006, registró una cifra de negocios de 128,7 miles de euros (-35,2%) y el Ebit descendió a -712,9 miles de euros (-42,1%). En 2007, la cifra de negocios descendió a 37,5 miles de euros (-70,9%) y el Ebit mejoró a -279,8 miles de euros (+60,8%).

En Estados Unidos, las normas de la FDA (Food and Drug Administration) obligan a las lentes a pasar unos tests de resistencia de impacto. Las lentes monofocales Superfin con tratamientos antirreflejantes de la filial americana no superaban estos tests debido a la delgadez del producto. Consecuentemente, iniciaron una producción en serie con un

tratamiento especial endurecedor que mejoraba la resistencia al impacto. Se trataba de un tratamiento costoso que dejó al producto fuera de mercado a nivel competitivo.

Adicionalmente, cuando Indo inició su actividad en Estados Unidos, el tipo de cambio entre el dólar y el euro se encontraba en una paridad. En la actualidad, la depreciación del dólar respecto al euro y la entrada de producto asiático a precio muy competitivo han provocado una reducción significativa del precio medio en euros.

Ante este entorno de mercado, el desarrollo de Indo en Estados Unidos no tenía sentido y por ello se decidió discontinuar con la comercialización de lentes. Indo tiene la intención de mantener la sociedad Indo Lens US, pero sin actividad, para el uso potencial de los ahorros fiscales por pérdidas en el caso de seguir con la actividad de Lentes o Gafas en esta sociedad.

- Italia.

Los resultados de la filial italiana han sido insuficientes debido por un lado a la falta de masa crítica (volumen de ventas) y por otro lado a los bajos márgenes de explotación obtenidos en las ventas. En el ejercicio 2005, la filial italiana registró una cifra de negocios de 2,5 millones de euros y un resultado de explotación (Ebit) de -662,5 miles de euros. En 2006, registró una cifra de negocios de 2,4 millones de euros (-4,2%) y el Ebit mejoró a -194,5 miles de euros (+70,6%). En 2007, la cifra de negocios ascendió a 2,6 millones de euros (+8%) y el Ebit descendió a -554,5 miles de euros (-185,1%).

Desde sus orígenes, las ventas en este mercado se realizaban a través de mayoristas, es decir, vendía a intermediarios que a su vez vendían al segmento detallista, por lo que Indo no tenía acceso directo al óptico (no controlaba el mercado), y consecuentemente no obtenía márgenes de explotación elevados. La figura del distribuidor en Italia ha ido perdiendo fuerza, puesto que los ópticos prefieren contactar directamente con el fabricante y mejorar en consecuencia sus márgenes de explotación. En la actualidad, la Compañía está cambiando el modelo de distribución de esta filial, a través de la creación de un equipo comercial y se está realizando un cambio de mix de productos, potenciando la venta de progresivos del "Mundo MADE". A finales de 2006, se incorporó en esta filial un nuevo Director General al que se le ha encomendado estas dos acciones de mercado. En 2007, la Compañía procedió a realizar un ajuste contable del fondo de comercio de esta sociedad por importe de 0,16 millones de euros. Actualmente, Indo está analizando alternativas estratégicas para este mercado.

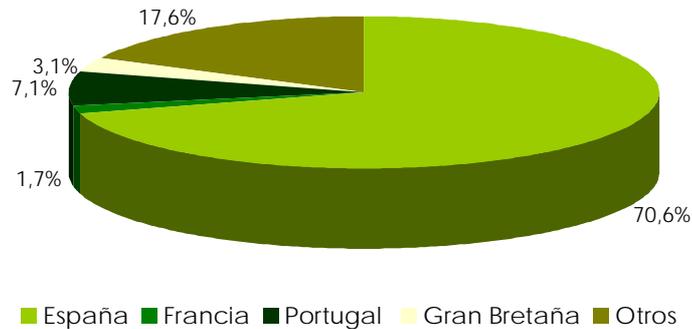
2. Gafas

En la unidad de negocio de Gafas, el mercado español representa un 70,6% aproximadamente de la cifra de negocios.

La cifra de negocios internacional ha ido incrementando su importancia durante los últimos años pasando de representar un 22,1% de la cifra de negocios de la unidad en el 2005 a un 29,4% en el 2007. Los países donde Indo ha obtenido unas mayores ventas son, por orden de importancia, Portugal (7,1%), Gran Bretaña (3,1%) y Francia (1,7%), destacando el incremento registrado en Gran Bretaña (que pasó de representar un 1% en 2005 a un 3,1% en 2007) y en Portugal (que pasó de 4,2% en el 2005 a 7,1% en 2007), fruto

del acuerdo de joint venture con la empresa americana Viva, para distribuir sus gafas en el mercado español y portugués.

Gafas (datos 2007)



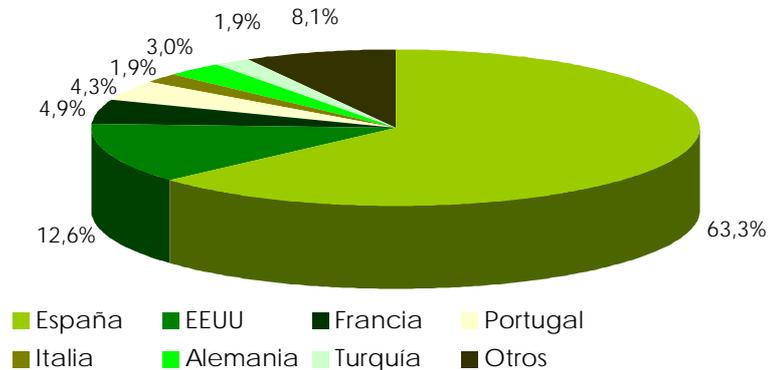
Fuente: La compañía

3. Bienes de equipo

El mercado español representa un 63,3% aproximadamente de la cifra de negocios de la unidad de negocio de Bienes de equipo, una proporción algo superior a la registrada en años anteriores. Este incremento es el resultado de una satisfactoria evolución de la línea de instrumentos distribuidos en España y un buen posicionamiento de la maquinaria en el mercado español.

En el mercado exterior, los países donde Indo ha obtenido unas mayores ventas son aquellos donde Indo tiene filiales. Por orden de importancia, los países donde Indo concentra la mayor parte de sus ventas son: EEUU (12,6%), Francia (4,9%), Portugal (4,3%) y Alemania (3%).

Bienes de equipo (datos 2007)



Fuente: La compañía

- **Mercado sectorial**

Indo distribuye la mayor parte de sus productos al sector óptico (97,2% de la cifra de negocios consolidada 2007) y de forma residual al sector oftalmológico (2,8% sobre la cifra de negocios consolidada 2007). Las ventas destinadas al sector oftalmológico son originadas por la unidad de negocio de Bienes de equipo. El 89,8% de la cifra de negocios 2007 de la unidad de negocio de Bienes de equipo se dirigen al sector óptico, mientras que el 10,2% restante al sector oftalmológico.

- **Concentración de clientes**

Por cliente se entiende establecimiento óptico u oftalmológico, si bien en el caso de las asociaciones, se ha considerado cada asociación como un sólo cliente y no cada uno de los establecimientos asociados.

Los 10 clientes más importantes de Lentes, en el ejercicio 2007, representaban un 34,8% sobre la cifra de negocios de la unidad, un 32% los de Gafas y un 19,9% los de Bienes de equipo.

- **Concentración de proveedores de aprovisionamientos**

En el caso de la unidad de Lentes, los aprovisionamientos corresponden principalmente a la compra de lentes monofocales, así como a la compra de materiales que se utilizan para la fabricación de lentes, tales como placas de vidrio para lentes minerales y monómeros y catalizadores para lentes orgánicas. Estos proveedores de lentes y materiales proceden principalmente de Corea y Japón, no existiendo una concentración de proveedores demasiado elevada. Adicionalmente, Indo cuenta con un proveedor español para el Visual Map Developer (sistema de personalización de lentes progresivas que evalúa la estrategia visual concreta de cada paciente).

En la unidad de Gafas, los aprovisionamientos corresponden principalmente a la compra de monturas por parte de Indo a empresas como L' Amy o Viva, a quienes Indo distribuye sus gafas. Adicionalmente, Indo tiene proveedores, principalmente chinos, a quienes compra monturas y materiales para su fabricación, tales como planchas de acetato e hilo metálico, no existiendo una concentración demasiado elevada.

En la unidad de Bienes de equipo, los aprovisionamientos corresponden a la compra de instrumentos y componentes de maquinaria. El principal proveedor de instrumentos es Nidek, que representó un 22% de la cifra de negocios 2007 de la unidad de Bienes de equipo de Indo. Los proveedores de componentes de maquinaria son, en su totalidad, empresas españolas.

En los últimos tres años, Indo ha realizado esfuerzos en optimizar sus fuentes de aprovisionamiento, mejorando las condiciones comerciales con los proveedores asiáticos. Adicionalmente, las compras de aprovisionamientos se han visto beneficiadas por la evolución favorable de las divisas (principalmente, depreciación del dólar y del yen). En el ejercicio 2007, Indo realizó aproximadamente un 30% de sus compras de aprovisionamientos en Asia.

- **Principales competidores por unidad de negocio**

A continuación se presentan las principales empresas competidoras del Grupo Indo Consolidado a nivel mundial:

Principales competidores de Indo a nivel mundial

(miles de euros)	País	Facturación 2006	Actividad
Luxottica	Italia	4.676	Gafas y ópticas
Essilor	Francia	2.690	Lentes y bienes de equipo
Safilo	Italia	1.122	Retail y gafas
Carl Zeiss Vision	Alemania	845	Lentes y bienes de equipo
Hoya (Vision Care)	Japón	737	Lentes
De Rigo	Italia	571	Gafas y ópticas
Rodenstock	Alemania	371	Gafas y lentes
Marchon	Estados Unidos	317 ⁽¹⁾	Gafas
Silhouette	Austria	220 ⁽¹⁾	Gafas
Seiko	Japón	177 ⁽¹⁾	Lentes
Marcolin	Italia	157	Gafas
Viva Group	Estados Unidos	150 ⁽¹⁾	Gafas
Indo	España	148	Lentes, gafas y bienes de equipo
Shamir	Israel	74	Lentes
L'Amy	Francia	66 ⁽¹⁾	Gafas

Fuente: elaborado por Indo en base a información pública

(1) Datos facturación 2005

En términos generales, la competencia con la que Indo se compara tiene un tamaño considerablemente superior.

A continuación se presentan los principales competidores de Indo por unidad de negocio, así como las principales ventajas competitivas de Indo frente a ellos.

Lentes

Las principales empresas ópticas que compiten en la unidad de Lentes son: Essilor Internacional (Francia), Carl Zeiss Vision (Alemania), Hoya (Japón), Rodenstock (Alemania), Seiko (Japón), Shamir (Israel), Polycore (Singapur), Tokai Optical (Japón) y Asahi (Japón).

Según un análisis elaborado por la Dirección de Indo en 2006 en base a información pública (cuentas anuales, revistas especializadas del sector, presentaciones corporativas de multinacionales del sector, etc.), Indo cuenta aproximadamente con una cuota de mercado del 30% a nivel español y del 1% a nivel mundial (octava posición en el ranking de empresas mundiales).

Indo se diferencia de sus competidores por el diseño de sus lentes progresivas con tecnología Free-Form, el alto nivel de innovación de sus productos ("Mundo MADE", entre otros), el amplio catálogo de productos y el potente departamento de I+D+i.

Gafas

Las principales empresas ópticas que compiten en la unidad de Gafas son Luxottica (Italia), Safilo (Italia), De Rigo (Italia), Marchon (Estados Unidos), Silhouette (Austria), Marcolin (Italia), Viva Group (Estados Unidos) y L'Amy (Francia).

Según el análisis elaborado por la Dirección de la Compañía en 2006, a nivel español Indo ocupa la tercera posición en el ranking de empresas, con una cuota de mercado aproximada de entre el 10-12%. A nivel mundial Indo ocupa entre la décima y quinceava posición con una cuota del 1% aproximadamente.

Las puntos diferenciales de Indo respecto los competidores de esta unidad de negocio son la calidad de sus productos y la potente y amplia red de distribución en España.

Bienes de equipo

El mercado de bienes de equipo, en general, es un mercado pequeño, en comparación con el mercado de lentes y gafas y con un número relativamente pequeño de actores importantes. Las principales empresas que compiten son Essilor Internacional (Francia), Nidek (Japón), Briot (Bélgica), Takubo (Japón), Seiko (Japón), y Huvitz (Corea).

Según el análisis elaborado por la Dirección de la Compañía en 2006, en maquinaria Indo ocupa la primera posición en el ranking de empresas nacionales con una cuota de mercado superior al 60% a nivel español. A nivel mundial, en maquinaria Indo ocupa la cuarta posición con una cuota de mercado del 9%, aproximadamente.

Las principales ventajas competitivas de Indo respecto a sus competidores son el elevado grado de innovación y valor añadido de sus productos, el elevado servicio post-venta al cliente (óptico), la amplia gama y fiabilidad de sus productos y la potente red de distribución en España.

6.3. Cuando la información dada de conformidad con los puntos 6.1. y 6.2. se haya visto influenciada por factores excepcionales, debe mencionarse este hecho.

No existen factores excepcionales que hayan influido en la información facilitada en dichos apartados.

6.4. Si es importante para la actividad empresarial o para la rentabilidad del emisor, revelar información sucinta relativa al grado de dependencia del emisor de patentes o licencias, contratos industriales, mercantiles o financieros, o de nuevos procesos de fabricación.

Licencias de marca

La unidad de negocio de Gafas presenta una cierta dependencia a los contratos firmados con marcas licenciadas. Se trata de acuerdos mediante los cuales Indo se

encarga de diseñar, fabricar y distribuir las gafas bajo la marca de un tercero que contrata sus servicios para un determinado periodo de tiempo.

A continuación se presentan las principales licencias de marca de monturas y gafas de sol:

Licencias de Marca	Vencimiento	Duración contrato	Distribución
Custo Barcelona	21.12.2012	5 años	Mundial
Carolina Herrera	31.12.2010	3 años	Europa, Latinoamérica, Oriente medio, algunos países de Oriente, África y Nueva Zelanda
Chupa Chups	31.12.2010	3 años	Mundial
ACB	30.06.2010	3 años	España, Andorra y Portugal
Paco Rabanne	31.12.2009	3 años	Europa y América Latina
Massimo Dutti	31.12.2009	4 años	España, Andorra, Portugal y México
Purificación García	31.12.2008	3 años	Mundial
NBA ⁽¹⁾	30.09.2008	1 año	Europa, Latinoamérica y África

Fuente: La compañía

(1) Indo no tiene la intención de renovar dicho contrato por no ser estratégico para la Compañía

El contrato más relevante, en cuanto a tamaño de cifra de negocios es el de Carolina Herrera al representar un 58,6% de la cifra de negocios 2007 de las marcas licenciadas, seguido de Paco Rabanne que representa un 11%, Massimo Dutti con un 10%, Purificación García con un 8,4%, ACB-NBA con un 4,5% y Chupa-Chups con un 4,1%. El 3,4% restante de la cifra de negocios de marcas licenciadas corresponde principalmente a las ventas de gafas marca distribuidor y a la fabricación y distribución de otras marcas de menor relevancia.

Todos los contratos de fabricación y distribución son renovables a la finalización del contrato si ambas partes lo desean. Sin embargo, en el caso de Purificación García, dentro del plazo de 3 años (2005-2008), el contrato se revisa anualmente y se renueva automáticamente si se alcanzan unas ventas mínimas prefijadas en el contrato. En el ejercicio 2007, Indo superó el mínimo de ventas prefijadas por lo que el contrato se renovó automáticamente para el 2008. Indo espera la continuidad de esta marca a futuro.

No se han establecido ventas mínimas predeterminadas por contrato en ningún otro caso más, a excepción del de Purificación García. Asimismo, no existe compensación pactada entre las partes por rescindir los contratos antes del vencimiento.

Con fecha 23 de mayo de 2007, Indo a través de la sociedad Indo Internacional, S.A. suscribió un contrato con Domus Viator, S.L. para la comercialización de una nueva línea de gafas bajo la marca Custo Barcelona. Este acuerdo incluye el pago anticipado de unos royalties por un importe total de 1,24 millones de euros, a cuenta de los cuatro años iniciales de vigencia, cuyo devengo se iniciará a partir de Septiembre de 2008, momento en el que se iniciará la comercialización. Indo prevé una importante proyección de la marca Custo Barcelona y espera una aportación a la cifra de negocio de la Compañía de 5,8 millones de euros en los primeros 16 meses (Septiembre 2008 a Diciembre 2009).

En línea con el plan de focalización en productos que aporten valor a la Compañía, Indo ha decidido no renovar la licencia de NBA en 2008, dado que supone un esfuerzo comercial que no se ve reflejado en la cifra de ventas.

Los royalties que Indo paga a la firma licenciataria oscilan entre un 7% y un 10% sobre las ventas, prefijándose unos royalties mínimos. Estos royalties varían considerablemente en función de la marca y el país donde se distribuya el producto.

Licencias de patentes

Indo posee un sistema de fabricación propio de lentes oftálmicas bajo la tecnología de talla directa Free-Form. Indo presentó la licencia de patente de esta tecnología a nivel mundial, en España y en EEUU en el año 2005 y a nivel europeo en el año 2007. En la actualidad, estas licencias se encuentran en fase de autorización por parte de las autoridades competentes. Adicionalmente, Indo ha solicitado 7 licencias de patente más, algunas de ellas ya obtenidas. Para mayor detalle, ver el apartado 11 del presente Documento.

Contratos de distribución de Gafas

Indo distribuye las marcas del grupo francés L' Amy, entre las que se encuentran marcas como, Escada, Nina Ricci, Columbia, Seiko y Kipling, así como la marca Levi's tras el reciente acuerdo de distribución alcanzado con L' Amy. El acuerdo de colaboración con L' Amy tiene una renovación anual automática con tres meses de preaviso.

La Compañía cuenta con una joint venture al 50% con la norteamericana Viva (Inviva Eyewear, S.A.) para la comercialización de sus gafas en el mercado español y portugués. Las marcas que distribuye Inviva son Catherine Deneuve, Candies, Guess, Gant, Harley Davidson, Pure y Tommy Hilfiger. El acuerdo de colaboración con Viva se renueva anualmente y de forma automática por 2 años ("rolling contract").

Asimismo, la Compañía cuenta con un acuerdo firmado con la compañía norteamericana REM para la distribución de la marca de gafas Converse en España. El acuerdo inicial de colaboración con REM finalizó en Diciembre de 2007 con una prórroga automática de un año hasta Diciembre de 2008. Indo no tiene la intención de seguir renovando dicho contrato de distribución al no considerarse estratégico para la Compañía.

Indo firmó también un acuerdo con la compañía italiana De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas, a través del cual Indo tomaba una participación del 40% en el capital de la empresa Vogartline España S.A., filial española del grupo italiano, para distribuir prestigiosas marcas como Loewe, Tous, Ermenegildo Zegna, Escada, Vogart, Sting, Givenchy, Fila, Furla, La Perla, Police y Jean Paul Gaultier. En 2007, Vogartline facturó 5,26 millones de euros (100% de Vogartline). El acuerdo con De Rigo no tiene una duración determinada en el tiempo, si bien en 2009, De Rigo e Indo revisarán si la compañía Vogartline ha cumplido el plan de ventas definido pudiendo las partes ejercer las opciones de compra existentes, tal y como se ha descrito en el apartado 21.1.6 del presente Documento.

Contratos de distribución de Bienes de equipo

Indo tiene un contrato de distribución en exclusiva de instrumentos oftalmológicos con la firma japonesa Nidek, que vence el 31 de Diciembre del 2013. Se trata de un “rolling contract”, contrato renovable anualmente y de forma automática por 5 años. Si Nidek decidiera rescindir el acuerdo de distribución, el contrato seguiría teniendo validez durante un periodo de cinco años. Nidek representa un 22% de la cifra de negocios 2007 de la unidad de Bienes de Equipo.

6.5. Se divulgará la base de cualquier declaración efectuada por el emisor relativa a su competitividad.

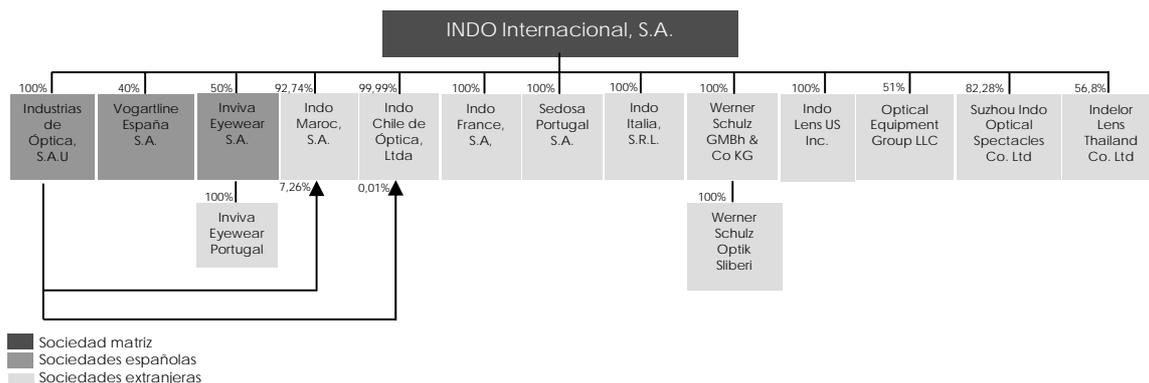
Indo no ha realizado declaración alguna referente a su competitividad.

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

7.1. Si el emisor es parte de un grupo, una breve descripción del grupo y la posición del emisor en el grupo.

Indo Internacional, S.A. es una sociedad holding tenedora de acciones propietaria de parte de los inmuebles necesarios para el desarrollo de la actividad. Sus ingresos provienen, principalmente, del arrendamiento de dichos inmuebles a sus sociedades filiales. La deuda financiera está centralizada en esta empresa y ésta cobra unos intereses a sus filiales. Hasta cierre de 2007, en Indo Internacional, S.A. se concentraba el departamento de informática, facturando sus servicios a las empresas participadas. Indo Internacional es la empresa que cotiza en Bolsa.

A 31 de Diciembre de 2007, la Sociedad matriz Indo Internacional, S.A. poseía directa e indirectamente, participaciones en las siguientes sociedades filiales:



Durante el ejercicio 2007, Indo Internacional, S.A. simplificó la estructura societaria mantenida en España, procediendo a realizar una fusión impropia por absorción de seis de las sociedades que conformaban el Grupo Indo consolidado en España y participadas en su totalidad por Indo Internacional, S.A., a fin de obtener una mayor operatividad y eficiencia.

Esta fusión por absorción fue realizada por la Sociedad absorbente Industrias de Óptica, S.A.U de tal forma que, la actividad industrial y comercial del Grupo en España quedó centralizada en esta sociedad absorbente, a excepción de las actividades comerciales mantenidas por el Grupo a través de las sociedades Inviva Eyewear, S.A. y Vogartline España, S.A. Las Sociedades absorbidas fueron: Indóptica, S.A.U., Servicios de Óptica, S.A.U., Indelor, S.A.U., S.A. de Manufacturas Ópticas (Unipersonal) e Inversionista Comercial, S.A.U. La fusión por absorción tuvo efectos contables desde el 1 de Enero de 2007 y efectos jurídicos desde el 25 de Septiembre de 2007.

Esta fusión ha conllevado la afloración de ajustes a nivel individual. A efectos del Grupo Indo consolidado, la fusión no tuvo impacto contable ni en fondos propios ni en resultados.

7.2. Lista de las filiales significativas del emisor, incluido el nombre, el país de constitución o residencia, la proporción de interés de propiedad y, si es diferente, su proporción de derechos de voto.

En la tabla siguiente se indican las sociedades filiales de Indo Internacional, S.A. a 31 de Diciembre de 2007:

Sociedades filiales y asociadas a 31 de Diciembre de 2007

Empresa	Domicilio Social	% Participación Directa	% Participación Indirecta	Consolidación
Industrias de Óptica, S.A.U.	España (detalle centros en apartado 8.1)	100,00%	-	global
Indo France, S.A.	Collegien (Francia)	100,00%	-	global
Indo Maroc, S.A.	Tánger (Marruecos)	92,74%	7,26%	global
Sedosa Portugal, S.A.	Terrugem SNT (Portugal)	100,00%	-	global
Suzhou Indo Optical Spectacles Co. Ltd.	Suzhou (China)	82,28%	-	global
Indo Chile de Óptica Ltda.	Santiago de Chile (Chile)	99,99%	0,01%	global
Inviva Eyewear, S.A.	Sant Cugat (Barcelona)	50,00%	-	proporcional
Inviva Eyewear Portugal Lda.	Terrugem SNT (Portugal)	0,00%	50,00%	proporcional
Indo Lens US Inc.	Illinois (USA)	100,00%	-	global
Indelor Lens Thailand Co. Ltd	Ayudhaya (Tailandia)	56,80%	-	global
Indo Italia, S.R.L.	Milano (Italia)	100,00%	-	global
Optical Equipment Group LLC	Illinois (USA)	51,00%	-	global
Werner Schulz GmbH & Co KG	Glücksburg (Alemania)	100,00%	-	global
Werner Schulz Optik Sliberi	Padborg (Dinamarca)	0,00%	100,00%	global
Vogartline España, S.A.	Hospitalet de Llobregat (España)	40,00%	-	puesta en equivalencia

Fuente: La compañía

El porcentaje de participación económico mostrado en la tabla anterior coincide con el porcentaje de control. En ningún caso la proporción de la participación es diferente de la proporción de derechos de voto.

Se presenta a continuación una descripción de las sociedades filiales de Indo Internacional, S.A.:

- Industrias de Óptica, S.A.U: filial dedicada a la fabricación, distribución y laboratorio de lentes oftálmicas, a la fabricación y distribución de gafas y a la distribución de bienes de equipo. Adicionalmente cuenta con un laboratorio Free-Form para dar servicio a nivel mundial.
- Indo France, S.A.: dedicada a la distribución de lentes y bienes de equipo en Francia. Cuenta también con un laboratorio de lentes para dar servicio al mercado francés.
- Indo Maroc, S.A.: laboratorio de lentes minerales y orgánicas y centro de distribución de lentes, gafas y bienes de equipo al mercado marroquí. Además el laboratorio de lentes minerales da servicio a toda Europa.
- Sedosa Portugal, S.A.: distribución de lentes, gafas y bienes de equipo y laboratorio de lentes para el mercado portugués.
- Suzhou Indo Optical Spectacles Co. Ltd.: filial centrada en la fabricación de monturas metálicas para el mercado mundial y de varillas de acetato (subcomponentes para la planta productiva de monturas de acetato de Tortosa-Tarragona).
- Indo Chile de Óptica Ltda.: filial chilena dedicada a la distribución de lentes, gafas y bienes de equipo en Chile. Cuenta con un laboratorio de lentes para dar servicio al mercado chileno.
- Inviva Eyewear, S.A.: joint venture entre Indo y la empresa norteamericana Viva International destinada a la distribución de gafas de la empresa Viva en el mercado español y portugués (en el mercado portugués a través de su filial participada al 100% Inviva Eyewear Portugal, Lda.).
- Indo Lens US Inc.: Sin actividad a partir del 2008. Indo tiene la intención de mantener la sociedad.
- Indelor Lens Thailand Co. Ltd.: filial tailandesa dedicada a la fabricación seriada de lentes oftálmicas orgánicas para dar servicio al mercado mundial.
- Indo Italia, S.R.L.: distribución de lentes y bienes de equipo en Italia. Laboratorio de lentes para el mercado italiano.
- Optical Equipment Group LLC: compañía americana de distribución de bienes de equipo en el mercado estadounidense y canadiense.
- Werner Schulz GMBH & Co KG: centro de distribución y laboratorio de lentes para el mercado alemán y danés (en el mercado danés a través de su filial participada al 100% Werner Schulz Optik Sliberi). En 2008, se ha instado el procedimiento de insolvencia para esta compañía.
- Vogartline España, S.A.: joint venture entre Indo y la filial española de la compañía italiana De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas, para la distribución de la gafas de De Rigo en España.

En línea con el plan de concentración de las operaciones de la Compañía en aquellos mercados que aportan crecimiento y valor, en el año 2007, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán (Werner Schulz) y americano (Indo Lens US) dado los resultados insuficientes registrados.

Por otro lado, dado que las operaciones en Italia (Indo Italia) no alcanzaron una dimensión suficiente como para hacerlas rentables, Indo decidió registrar en el ejercicio 2007 el ajuste contable por deterioro del fondo de comercio, mientras estudia alternativas estratégicas para dicho negocio, que serán implantadas a lo largo del 2008.

A continuación, se detallan los principales cambios en el perímetro de consolidación durante el periodo 2005-2007:

- En Enero de 2005, Indo, siendo propietaria del 25% del grupo alemán Werner Schulz GMBH & Co KG desde Febrero de 2001, adquirió la totalidad de esta empresa alemana. La adquisición del 75% restante fue pactada en Junio de 2004, se hizo efectiva el 3 de Enero de 2005 y supuso una inversión de 2,5 millones de euros.
- Con fecha 31 de Enero de 2005, la Sociedad Dominante incrementó su participación en la sociedad Indo Lens US Inc. en un 17,5%, quedando Indo Internacional, S.A. con una participación del 97,5%. En Octubre de 2006, Indo ejerció la opción de compra que poseía sobre el 2,5% adicional del capital de Indo Lens US Inc., quedando con una participación del 100%. El importe total pagado por el 17,5% y el 2,5% del capital ascendió a 20 miles de dólares (12,55 miles de euros).
- En Marzo de 2006, Indo aumentó de 80,68% al 96,7% su participación en la empresa italiana Diamonex CB Medical. Diamonex CB Medical, dedicada a la comercialización de lentes y bienes de equipo en el mercado italiano, pasó a denominarse Indo Italia S.R.L. En Mayo de 2006, Indo amplió su participación en la Compañía hasta el 100% de la misma. El importe pagado por capitalización de créditos en 2006 por el 19,32% del capital de Indo Italia ascendió a 1,2 millones de euros.
- Con fecha 27 de Junio 2006, la Sociedad Dominante adquirió el 40% de la sociedad Vogartline España, S.A, filial española del grupo italiano De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas. El importe total pagado por el 40% ascendió a 0,3 millones de euros.

Adicionalmente, a fecha de registro del presente Documento, Indo cuenta con contratos de opción de compra y venta que se describen con mayor detalle en el apartado 21.1.6 del presente Documento de Registro.

8. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

8.1. Información relativa a todo inmovilizado material tangible existente o previsto, incluidas las propiedades arrendadas, y cualquier gravamen importante al respecto.

En la siguiente tabla, se detalla el inmovilizado material de los tres últimos años:

Inmovilizado material (miles de euros)	2007	2006	2005
Terrenos y construcciones	31.741	27.643	13.228
Instalaciones técnicas y maquinaria	43.309	47.982	50.122
Mobiliario y utillaje	11.300	12.275	11.506
Eq. Informáticos y elementos de transporte	3.087	3.337	3.599
Anticipos e inmov. en curso	2.175	2.923	1.300
Total Amortizaciones	(46.478)	(50.779)	(49.013)
Total Inmovilizado Neto	45.134	43.381	30.742

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Durante los últimos años, la Compañía ha llevado a cabo un proceso de reestructuración de sus instalaciones productivas y laboratorios y ha trasladado su sede central con el objetivo de reducir costes, modernizar sus instalaciones, ser más eficiente y en consecuencia, incrementar su competitividad. Para mayor detalle sobre el proceso de reestructuración, ver el apartado 5.2.1 y 20.1 del presente Documento.

Se detalla a continuación el listado de centros con los que Indo cuenta a fecha de verificación del presente Documento de Registro:

Ubicación	Actividad	Producción	Cap. productiva máxima	% Capacidad Utilizada	Propiedad / Alquiler
Centros productivos					
Girona (Vilafrant)	Fabricación de lentes orgánicas y minerales. Adicionalmente fabrica juntas y moldes.	1.887.729	3.569.324 lentes	53%	Propiedad
Tailandia	Fabricación en serie de lentes oftálmicas orgánicas	2.299.170	3.300.300 lentes (2)	70%	Propiedad
Tarragona (Tortosa)	Fabricación en serie de monturas de acetato (plásticas)	198.768 gafas	260.000 gafas	76%	Propiedad
China	Fabricación en serie de monturas metálicas y varillas de acetato	361.669 gafas	450.000 gafas	80%	Concesión 50 años (4)
Laboratorio de lentes españoles					
Barcelona (El Papiol)	Laboratorio de lentes y Free-Form para servicio mundial	618.681 lentes	1.162.500 lentes	53%	Propiedad
Madrid (Alcobendas)	Laboratorio de lentes	513.972 lentes	965.000 lentes	53%	Propiedad
Valencia	Laboratorio de lentes	192.073 lentes	425.000 lentes	45%	Propiedad
Bilbao	Laboratorio de lentes	147.832 lentes	185.500 lentes	80%	Propiedad
Las Palmas	Laboratorio de lentes	45.354 lentes	150.500 lentes	30%	Propiedad
Málaga	Antiguo laboratorio de lentes. Se mantienen las oficinas y el almacén de lentes terminadas	102.090 lentes	243.750 lentes	42%	Alquiler
Lleida (Agramunt)	Laboratorio de montaje de lentes	-	-	-	Alquiler
Madrid (Atravaca)	Antiguo laboratorio de lentes. Actualmente sin actividad. Inmueble a la venta	-	-	-	Propiedad
Almacenes y centros de distribución españoles					
Barcelona (Palau Plegamans)	Almacén regulador de lentes y bienes de equipo	-	-	-	Alquiler
Girona (Vilamallà)	Almacén de juntas (3)	-	-	-	Alquiler
Murcia	Almacén de lentes y centro de distribución de lentes	-	-	-	Alquiler
A Coruña	Almacén de lentes y centro de distribución de lentes	-	-	-	Alquiler
Tenerife	Almacén de lentes	-	-	-	Alquiler
Sevilla	Almacén de lentes y centro de distribución de lentes	-	-	-	Alquiler
Madrid	Centro de distribución de lentes marca Framo	-	-	-	Alquiler
Barcelona (Vilobi del Penedés)	Almacén regulador de gafas	-	-	-	Propiedad
Barcelona (Sant Cugat)	Centro de distribución de Gafas e Inviva	-	-	-	Alquiler (1)
Filiales internacionales					
Alemania	Laboratorio y centro de distribución de lentes. En procedimiento de insolvencia	-	-	-	Alquiler
Francia	Laboratorio de lentes y centro de distribución de bienes de equipo	88.529 lentes	200.000 lentes	44%	Alquiler
Portugal	Laboratorio de lentes y centro de distribución de gafas y bienes de equipo	37.416 lentes	100.000 lentes	37%	Propiedad
Italia	Laboratorio de lentes y centro de distribución de bienes de equipo	-	112.500 lentes	-	Alquiler
Marruecos	Laboratorio local de lentes minerales y orgánicas, laboratorio de lentes mineral para Europa y centro de distribución de gafas y bienes de equipo	71.940 lentes	335.000 lentes	21%	Propiedad
Chile	Laboratorio de lentes y centro de distribución de gafas y bienes de equipo	43.663 lentes	187.500 lentes	23%	Alquiler
EEUU (Indo Lens US)	Antiguo laboratorio de lentes. Sin actividad a partir de 2008	-	-	-	Alquiler
EEUU (Optical Equipment Group)	Centro de distribución de bienes de equipo	-	-	-	Alquiler
Ópticas					
Barcelona (La Roca)	Óptica	-	-	-	Alquiler
Madrid (Las Rozas)	Óptica	-	-	-	Alquiler
Servicios Generales					
Barcelona (Sant Cugat)	Sede central. Dirección General y Presidencia. I+D	-	-	-	Alquiler (1)

Fuente: La compañía

(1) Vendida la opción de compra el día 27 de Febrero de 2008

(2) Capacidad sin inversión en maquinaria. Con inversión pero sin ampliar la fábrica: 4.000.000 lentes

(3) Junta: anillo circular que sirve de soporte a los dos moldes de vidrio, que reproducirán las dos superficies de la lente a producir, y da a la lente el espesor adecuado

(4) Concesión a 50 años (1997-2047)

Indo exporta sus productos a más de 80 países y cuenta con filiales en Estados Unidos, Alemania, Francia, Italia, Portugal, Marruecos, Chile, China y Tailandia. La sede central de Indo está ubicada en Sant Cugat del Vallès (Barcelona).

Al comparar las producciones, tanto de lentes como de gafas, con las capacidades productivas máximas de los distintos centros, se observa que existe capacidad productiva adicional, tanto en los laboratorios de lentes como en las plantas productivas de lentes y monturas. En los próximos años, Indo prevé incrementar el porcentaje de utilización de la capacidad productiva de las plantas productivas y laboratorios a través de la concentración y especialización de los mismos, en línea con el plan de reestructuración iniciado en 2005.

Indo cuenta con dos plantas productivas de lentes, una en Vilafant (Girona) donde se fabrican lentes orgánicas y minerales (45% de las lentes que Indo produce) y otra en Tailandia (55% de las lentes que Indo produce), donde se fabrican lentes oftálmicas orgánicas. Asimismo, cuenta con dos plantas productivas de monturas, una en Tortosa (Tarragona), donde se fabrican monturas de acetato/plásticas (35% de las Gafas que Indo produce) y otra en China, donde se fabrican monturas metálicas (65% de las Gafas que Indo produce) y varillas de acetato (subcomponentes para la planta productiva de monturas de acetato de Tortosa).

Asimismo, a fecha de verificación del presente Documento de Registro, Indo cuenta con 5 laboratorios de lentes en España, donde se tallan las graduaciones de los clientes en base a la prescripción de cada uno de ellos, así como se realizan los tratamientos de las superficies de las lentes (endurecidos, coloraciones y/o antirreflejos). En algunos de estos laboratorios, como es el caso del laboratorio de El Papiol y el de Madrid (Alcobendas), se pueden efectuar el montaje de las lentes a la montura como un servicio adicional que ofrece el laboratorio. Adicionalmente, Indo cuenta con un sexto laboratorio en Lleida únicamente dedicado al montaje de lentes.

Indo tiene también dos laboratorios de lentes, uno en Aravaca (Madrid) que se encuentra actualmente sin actividad y clasificado en activos mantenidos a la venta y otro en Málaga que se ha cerrado en Abril de 2008, manteniéndose las oficinas y el almacén de lentes terminadas.

Indo tiene dos almacenes reguladores, uno en Palau-Solitá i Plegamans encargado de la gestión logística y distribución de las lentes y bienes de equipo, y otro en Vilobí del Penedés donde se gestionan los pedidos de gafas.

En el mercado internacional Indo cuenta con 5 laboratorios de lentes (algunos de ellos también actúan como centros de distribución de gafas y/o bienes de equipo) y con un centro de distribución de bienes de equipo que no es laboratorio de lentes (Optical Equipment Group). En el ejercicio 2007, Indo decidió discontinuar su actividad en los mercados de lentes alemán (Werner Schulz) y americano (Indo Lens US) dado los resultados insuficientes alcanzados. Asimismo, está estudiando alternativas estratégicas para el mercado de lentes italiano (Indo Italia).

Adicionalmente, Indo tiene dos outlets en España, uno en Barcelona y otro en Madrid, donde se venden aquellas lentes, monturas y gafas de sol de otras temporadas con un descuento permanente.

Inmuebles arrendados

El importe total de arrendamiento de los inmuebles, a fecha de verificación del presente Documento, asciende a 1,45 millones de euros, que representa un 1% de la cifra de negocios consolidada 2007 de Indo.

Dentro de los inmuebles arrendados, destacar el edificio de Sant Cugat donde se ubica la sede central de la Compañía. En la actualidad, Indo cuenta con un contrato de arrendamiento con el antiguo propietario del edificio por un periodo de 12 años de obligado cumplimiento, que empezará a contar desde Febrero 2009. El edificio de Sant Cugat cuenta con 7.000 metros cuadrados construidos aproximadamente. Hasta la fecha, Indo es arrendataria y paga una renta mensual de 57.619,8 euros (0,69 millones de euros anuales). La renta a pagar a partir del 1 de Marzo de 2009 ascenderá a 94.066,66 euros cada mes (1,13 millones de euros anuales). Esta renta será revisable en fecha 1 de Enero de cada año, según el IPC de Cataluña. Dado que Indo disfrutará de las instalaciones vendidas, sin ningún tipo de cargo a nivel contractual hasta finales de Febrero de 2009, la Compañía ha procedido a registrar el gasto que se está devengando por dicho uso y disfrute, y situarse en una renta de mercado. Por tanto, Indo dota adicionalmente y en concepto de arrendamiento de las instalaciones, 36.446,86 euros mensuales hasta finales de Febrero de 2009, con el fin de igualar el arrendamiento de Sant Cugat con el arrendamiento de mercado.

Considerando el pago de los 1,13 millones de euros anuales por el arrendamiento del edificio de Sant Cugat, el importe total pagado en concepto de arrendamiento de los inmuebles de Indo ascendería a 1,89 millones de euros y representaría un 1,34% de la cifra de negocios consolidada 2007 de Indo.

Relación de inmuebles en propiedad

A continuación se muestra la valoración de los inmuebles propiedad de Indo en España:

Inmuebles propiedad de Indo en España	Valor neto contable	Valor mercado*	Plusvalía latente	Fecha tasación	Tasador independiente
Laboratorio Bilbao	459.550	1.161.000	701.450	16.11.2006	Tinsa
Laboratorio Canarias	17.869	379.245	361.376	15.02.2000	Valtecnic
Laboratorio Madrid (Alcobendas)	859.901	2.746.000	1.886.099	17.01.2008	Valtecnic
Inmueble Madrid (Aravaca)	895.669	3.800.000	2.904.331	n.d.	Estimado
Laboratorio Valencia	26.052	590.805	564.753	07.02.2000	Valtecnic
Planta de Vilafant	419.748	1.473.000	1.053.252	30.12.2004	Valtecnic
Almacén Vilobí del Penedés	522.097	1.841.000	1.318.903	07.01.2008	Valtecnic
Laboratorio de El Papiol	1.635.928	1.753.332	117.404	n.d.	Estimado
Planta de Tortosa	160.106	1.418.000	1.257.894	18.02.2008	Valtecnic
Total	4.996.920	15.162.382	10.165.462		

* No incluye valor de las instalaciones productivas

Cabe destacar que Indo tiene formalizadas pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a que están sujetos los diversos elementos de su inmovilizado material, así como las posibles reclamaciones que se le pueden presentar por el ejercicio de su actividad, entendiéndose que dichas pólizas cubren de manera suficiente los riesgos a los que están sometidos.

A 31 de Diciembre de 2007, el valor neto contable total de los bienes afectos a garantías hipotecarias ascendió a 2,3 millones de euros. A fecha de verificación del presente Documento de Registro, todas las garantías hipotecarias están económicamente y registralmente canceladas, a excepción de la garantía hipotecaria de la planta de Vilafant (Girona) que se encuentra pendiente de cancelación registral.

8.2. Descripción de cualquier aspecto medioambiental que pueda afectar al uso por el emisor del inmovilizado material tangible.

Desde 2001, Indo está certificada por AENOR en sistemas de gestión medioambiental según la ISO 14001:2004. Indo ha adoptado las medidas pertinentes en temas medioambientales con el objetivo de cumplir con la legislación vigente al respecto en cada país. Todos los centros de España cumplen con la norma por lo que cada uno se fija anualmente objetivos de mejora propios de acuerdo a sus particularidades.

Los principales objetivos planteados están directamente ligados a los impactos ambientales de cada centro y por tanto relacionados con la eficiencia de los recursos ambientales usados (energía y agua) y los residuos generados. En términos generales, en los centros productivos, Indo sigue mejorando las medidas necesarias de prevención ante vertidos o derrames accidentales (cubetas de retención, material absorbente, almacenes adecuados) y de acciones ante situaciones de emergencia. Indo incorpora aquellos procesos auxiliares necesarios para la prevención de la contaminación como circuitos cerrados de aprovechamientos de aguas de proceso, equipos filtrantes, decantadores, separadores de grasas, filtros y aislamientos acústicos.

A continuación se muestra el valor neto contable de los activos dedicados a la protección medioambiental, así como el importe de las inversiones y gastos de naturaleza medioambiental.

(miles de euros)	2007	2006	2005
Valor Neto Contable de los Activos	130	153	146
Inversiones medioambientales	2,3	28	0
Gastos medioambientales	273	230	190
Total inversiones y gastos medioambientales	275,3	258	190

Fuente: La compañía

La Compañía no estima que existan riesgos relacionados con la protección y mejora del medioambiente y no ha recibido subvenciones por este concepto durante los años 2005, 2006 ni 2007.

Indo no ha incurrido en ninguna multa o provisión destacable por aspectos medioambientales.

9. ESTUDIO Y PERSPECTIVAS OPERATIVAS Y FINANCIERAS

9.1. Situación financiera

En la medida en que no figure en otra parte del documento de registro, describir la situación financiera del emisor, los cambios de esa situación financiera y los resultados de las operaciones para cada año y para el período intermedio, del que se requiere información financiera histórica, incluidas las causas de los cambios importantes de un año a otro de la información financiera, de manera suficiente para tener una visión de conjunto de la actividad del emisor.

Véase apartados 10 y 20.1 del presente Documento de Registro.

9.2. Resultados de explotación

Análisis de la Cuenta de Resultados Consolidada

Se presenta a continuación la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada para el periodo 2005-2007:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada correspondiente a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

Cuenta de Pérdidas y Ganancias (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Ingresos de explotación		
						2007	2006	2005
Importe neto cifra de negocios	141.650	(4,5%)	148.389	(1,3%)	150.323	-	-	-
Variaciones existencias productos terminados y en curso	272	(71,0%)	937	272,0%	252	-	-	-
Otros ingresos	4.607	(19,6%)	5.728	46,0%	3.923	-	-	-
Ingresos de explotación	146.529	(5,5%)	155.055	0,4%	154.498	100,0%	100,0%	100,0%
Aprovisionamientos	(45.891)	(7,0%)	(49.343)	(3,7%)	(51.257)	(31,3%)	(31,8%)	(33,2%)
Margen Bruto (1)	100.638	(4,8%)	105.712	2,4%	103.241	68,7%	68,2%	66,8%
Gastos de personal	(51.987)	(0,0%)	(51.991)	(7,1%)	(55.961)	(35,5%)	(33,5%)	(36,2%)
Otros gastos de explotación	(40.905)	(1,9%)	(41.696)	0,6%	(41.455)	(27,9%)	(26,9%)	(26,8%)
EBITDA (2)	7.746	(35,6%)	12.025	106,4%	5.825	5,3%	7,8%	3,8%
Amortizaciones	(5.328)	(5,2%)	(5.619)	14,8%	(4.893)	(3,6%)	(3,6%)	(3,2%)
Beneficio consolidado de explotación	2.418	(62,3%)	6.405	587,5%	932	1,6%	4,1%	0,6%
Beneficios netos por venta de inmovilizado	18	(99,2%)	2.225	(85,5%)	15.355	0,0%	1,4%	9,9%
Gastos reestructuración	(4.413)	(1,4%)	(4.477)	(50,6%)	(9.069)	(3,0%)	(2,9%)	(5,9%)
Resultados por deterioro de activos	(4.068)	-	0	(100,0%)	(53)	(2,8%)	0,0%	(0,0%)
Ingresos financieros	2.731	127,0%	1.203	(7,7%)	1.303	1,9%	0,8%	0,8%
Gastos financieros	(6.198)	27,1%	(4.878)	67,5%	(2.913)	(4,2%)	(3,1%)	(1,9%)
Participaciones en beneficios	(164)	412,5%	(32)	-	0	(0,1%)	(0,0%)	0,0%
Beneficio antes de impuestos procedentes de las actividades ordinarias	(9.676)	-	446	(92,0%)	5.555	(6,6%)	0,3%	3,6%
Impuesto sobre las ganancias	(1.398)	-	294	(84,6%)	1.913	(1,0%)	0,2%	1,2%
Beneficio consolidado neto procedente de operaciones continuadas	(11.074)	-	740	(90,1%)	7.468	(7,6%)	0,5%	4,8%
Resultado por discontinuidad de operaciones	0	-	0	-	0	0,0%	0,0%	0,0%
Resultado atribuido a intereses minoritarios	(60)	76,5%	(34)	(50,7%)	(69)	(0,0%)	(0,0%)	(0,0%)
Beneficio neto del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	(11.134)	-	706	(90,5%)	7.399	(7,6%)	0,5%	4,8%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(1) Calculado como Ingresos de Explotación menos aprovisionamientos

(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

2006-2007

En 2007, la cifra de negocios se situó en 141,6 millones de euros frente a 148,3 millones de euros en 2006, lo que supuso un decrecimiento del 4,5% sobre el año anterior. Esta reducción de la cifra de negocios se produjo principalmente en las unidades de negocio de Lentes (-8,5%) y Gafas (-2,9%).

Si no considerásemos la cifra de negocios 2007 de las compañías adquiridas Werner Schulz (3,5 millones de euros) e Indo Lens US (37,5 miles de euros), cuyas actividades han sido discontinuadas, ni la compañía adquirida Indo Italia (2,6 millones de euros), la cifra de negocios de Indo en el ejercicio 2007 se hubiera situado en 135,4 millones de euros, un 4,38% menos que la realmente registrada.

En el año 2007, la Compañía mantuvo la política de contención de costes iniciada en 2006, cuyos efectos se vieron reflejados en:

1. Reducción del coste de aprovisionamientos de un 31,8% sobre el total de ingresos registrados en el ejercicio 2006 hasta un 31,3% que representó en 2007. Esta reducción fue consecuencia de la optimización de las fuentes de aprovisionamiento, resultado de mejorar las condiciones comerciales con los proveedores de materias primas principalmente en Asia. Asimismo, la Compañía se benefició de una evolución favorable de las divisas, destacando la depreciación del dólar y del yen que afectó principalmente a las unidades de Gafas y Bienes de equipo.

En consecuencia, el margen bruto (ingresos menos aprovisionamientos) evolucionó ligeramente al alza, pasando de un 68,2% sobre el total de ingresos en el 2006 a un 68,7% en 2007.

2. El gasto de personal de 2007, incluida la absorción de la inflación (situada en 2007 en 4,2% en España), se mantuvo en el nivel de 2006, esto es aproximadamente 51,9 millones de euros. Destacar que esta partida incluyó en el ejercicio 2007, unos gastos no recurrentes por importe de 0,2 millones de euros asociados al traslado del personal de la sede central de L'Hospitalet a Sant Cugat. La plantilla de Indo pasó de 1.790 empleados a cierre del ejercicio 2006 a 1.715 empleados a cierre de 2007. Esta reducción de personal fue el resultado de registrar unas bajas de personal (353 personas) superiores a las nuevas incorporaciones (278 personas), cuyo efecto neto fue la baja de 75 personas.
3. La cifra de otros gastos de explotación se situó en 40,9 millones de euros en 2007 frente a 41,6 registrados en 2006 (-1,9%). Estos gastos principalmente incluyen gastos de venta por un importe de 7,5 millones de euros (colaboraciones con asociaciones y comisiones de vendedores y representantes), gastos de transporte por 6,6 millones de euros, gastos de publicidad por 6,5 millones de euros (4,6% sobre la cifra de negocios de Indo) y gastos de viajes por importe de 4,2 millones de euros. Asimismo, incluyen otros costes menos relevantes en importe, tales como variación neta de provisiones, gastos de I+D, arrendamientos, servicios profesionales independientes, gastos bancarios y suministros, entre otros. Destacar que esta partida incluye en el ejercicio 2007 unos gastos no recurrentes por

importe de 0,4 millones de euros asociados al traslado del personal de la sede central de L'Hospitalet a Sant Cugat.

Adicionalmente, Indo mejoró su mix de venta de productos, potenciando la venta de productos de mayor margen como son las lentes progresivas del "Mundo MADE", las gafas licenciadas de fabricación propia y los bienes de equipo de alto grado de innovación y valor añadido.

A pesar del esfuerzo de la Compañía en reducir costes, el descenso de la cifra de negocios en un 4,5% motivado por la competencia asiática y la desaceleración del consumo, provocó que el Ebit de la Compañía se situase en 2007 en 2,4 millones de euros, frente a 6,4 millones de euros registrados en 2006 (-62,3%).

Si se excluye el impacto de los resultados negativos de las filiales de Alemania (-0,82 millones de euros), Estados Unidos (-0,28 millones de euros) e Italia (-0,55 millones de euros), el Ebit de Indo en 2007 se hubiese situado en 4 millones de euros, un 66,7% superior a los 2,4 realmente registrados.

Adicionalmente, Indo incurrió en el ejercicio 2007 en unos gastos de reestructuración por valor de 4,4 millones de euros. Asimismo, decidió registrar el deterioro del fondo de comercio de la filial alemana e italiana y el deterioro de activos por la paralización de dos proyectos de I+D, por un importe global de 4 millones de euros. Para mayor detalle sobre los costes de reestructuración y la discontinuidad de actividades de la Compañía, ver apartado 20.1 del presente Documento.

En el ejercicio 2007, Indo registró unos gastos financieros de 6,19 millones de euros frente a los 4,8 millones de euros registrados en 2006 (+27,1%) debido al mayor endeudamiento de la Compañía (+3,5 millones de euros) y a la subida de los tipos de interés. Los ingresos financieros en 2007 ascendieron a 2,7 millones de euros frente a los 1,2 millones de euros en 2006 (+127%). Este incremento se debió, principalmente, al buen comportamiento de las divisas. En consecuencia, el resultado financiero neto en 2007 ascendió a -3,46 millones de euros frente a los -3,67 millones de euros registrados en 2006, un 5,72% inferiores.

El resultado neto del ejercicio 2007 registró una pérdidas de 11,1 millones de euros, como consecuencia de los factores anteriormente explicados.

2005-2006

En el ejercicio 2006, la cifra de negocios de Indo se redujo un 1,3% sobre el año 2005, pasando de facturar 150,3 millones de euros en el 2005 a 148,39 millones de euros en 2006. Si se compara con la base de negocio recurrente, es decir, sin incluir la operación de Argelia en 2005 descrita posteriormente, la cifra de negocios de Indo 2006 hubiera incrementado un 0,9% sobre el año 2005, pasando de 147 millones de euros en 2005 a 148,39 millones de euros en 2006.

La cifra de negocios consolidada se vio afectada en el 2006 por el traslado de la actividad productiva del laboratorio de L'Hospitalet a El Papiol, que creó algunas inconveniencias en el servicio (alargamiento del plazo de entrega de los productos), afectando principalmente a los clientes del nordeste de España, cuyos pedidos dependían principalmente del laboratorio de L'Hospitalet.

En el ejercicio 2005, el Grupo ganó un concurso internacional excepcional para equipar escuelas de formación de óptica en Argelia por importe de 3,3 millones de euros. Si se excluyen las ventas de Argelia, la cifra de negocios en 2005 se hubiera situado en 147 millones de euros (un 2,2% menos de la cifra realmente registrada).

Si no considerásemos la cifra de negocios 2006 de las compañías adquiridas Werner Schulz, Indo Lens US e Indo Italia, la cifra de negocios de Indo en el ejercicio 2006 se hubiera situado en 141,5 millones de euros (un 4,64% menos que la realmente registrada) y la del 2005 en 142,4 millones de euros (un 5,26% menos que la realmente registrada).

En el ejercicio 2006, la Compañía inició un programa de contención de costes de explotación (aprovisionamientos, gastos personal y otros gastos de explotación), consiguiendo pasar de 148,67 millones de euros en el 2005 (a 143 millones de euros en 2006 (-3,96%). Principalmente la reducción de costes se centró en cuatro aspectos:

1. Reducción del coste de aprovisionamiento que se redujo desde un 31,8% sobre el total de ingresos registrados en el ejercicio 2006 hasta un 33,2% que representó en 2005, gracias a la optimización de las fuentes de aprovisionamiento, resultado de la mejora de las condiciones comerciales con proveedores asiáticos, y a la evolución favorable de las divisas (principalmente, depreciación del dólar y del yen).
2. Mejora del mix de productos, potenciando la venta de productos de mayor margen como son las lentes progresivas del "Mundo MADE", las gafas licenciadas de fabricación propia y los bienes de equipo de alto grado de innovación y valor añadido.
3. Reducción de personal que supuso un menor gasto de personal de 4 millones de euros tras la puesta en marcha de programas de incentivos asociados a la salida de la sede de L'Hospitalet. El gasto de personal sobre ingresos pasó de representar en el ejercicio 2005 un 36,2%, a representar un 33,5% en el 2006. Para mayor detalle, ver apartado 20 del presente Documento de Registro. Esta reducción del gasto de personal en 4 millones de euros viene motivada por la contabilización adicional en el año 2005 de un gasto de personal no recurrente por importe de 1,7 millones de euros como consecuencia de unos premios de jubilación. La plantilla de Indo pasó de 1.847 empleados a cierre del ejercicio 2005 a 1.790 empleados a cierre de 2006. Esta reducción de personal fue el resultado de registrar unas bajas de personal (597 personas) superiores a las nuevas incorporaciones (540 personas), cuyo efecto neto fue la baja de 57 personas.
4. Reducción de la partida de variación neta de provisiones a través de una mejor gestión de la obsolescencia de los productos, especialmente en la unidad de negocio de Gafas. La variación de la provisión neta por obsolescencia se redujo de 1,2 millones de euros en 2005 a 0,2 millones de euros en 2006 (-1 millón de euros), debido a la aplicación de existencias que se efectuó en 2006. La variación de la provisión neta por morosidad se mantuvo estable representando aproximadamente un 0,5% sobre la cifra de negocios de Indo.

Este programa de contención de gastos de explotación permitió mejorar en un 2,4% el margen bruto, pasando de representar un 68,7% del total de ingresos en 2005 a representar un 71,2% del total de ingresos 2006. Asimismo, el resultado de explotación (Ebit) mejoró considerablemente, pasando de 0,9 millones de euros en 2005 a 6,4 millones de euros en 2006 (+5,5 millones de euros).

A pesar del resultado excepcional del concurso de Argelia que aportó 0,87 millones de euros al resultado de explotación (Ebit) consolidado de 2005, el Ebit de 2005 se situó en 0,9 millones de euros como consecuencia de una estructura de costes de materias primas y personal muy alta respecto al total de ingresos.

Si se excluye el impacto de los resultados negativos de las filiales de Alemania (-0,34 millones de euros), Estados Unidos (-0,71 millones de euros) e Italia (-0,29 millones de euros), el resultado de explotación (Ebit) de Indo en 2006 se hubiese situado en 7,75 millones de euros frente a los 6,4 realmente registrados (+ 21,1%).

Adicionalmente, Indo incurrió en el ejercicio 2006 en unos gastos de reestructuración por valor de 4,4 millones de euros frente a los 9 millones de euros en 2005 (-51,11%).

Asimismo, registró unos gastos financieros netos en el ejercicio 2006 de -3,67 millones de euros frente a los -1,61 millones de euros registrados en 2005 (+127,95%). Este incremento se explica por el mayor endeudamiento de la Compañía (+10,1 millones de euros) y por la subida de los tipos de interés, factores que no pudieron compensar la buena gestión de las variaciones de tipo de cambio, especialmente del yen japonés.

El beneficio neto del ejercicio 2006 ascendió a 0,7 millones de euros frente a los 7,4 millones de euros registrados en 2005 (-90,5%).

Análisis del efecto del tipo de cambio

En el ejercicio 2007 la Cuenta de Resultados se vio beneficiada por la evolución de las divisas. En el ejercicio 2007, Indo realizó un 7,53% de sus ventas y un 33,22% de las compras de aprovisionamientos en moneda extranjera. Asimismo, un 5% de la deuda financiera fue en moneda extranjera. Las principales divisas que han afectado a la Cuenta de Resultados de Indo son el dólar americano y el yen japonés. La exposición en dólares se concentra en las tres unidades de negocio y en yenes en las unidades de Lentes y Bienes de equipo, principalmente.

La variación del tipo de cambio euro/yen en el periodo 2005-2007 fue de -15,99% (de 0,00738 en 2005 a 0,0062 en 2007) y del euro/dólar de -10,48% (de 0,8039 en 2005 a 0,7288 en 2007).

Análisis de la Cuenta de Resultados por unidad de negocio

Presentamos a continuación la aportación de cada una de las unidades de negocio al Grupo consolidado.

Desglose de las principales magnitudes financieras por unidad de negocio

(miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% s/consolidado Indo		
						2007	2006	2005
Lentes								
Cifra de negocios	70.915	(8,5%)	77.530	(3,9%)	80.680	50,0%	52,2%	53,7%
Resultado de explotación (Ebit)	(631)	(124,7%)	2.558	41,9%	1.803	-	39,9%	193,5%
Ingresos netos por venta inmovilizado	18	-	-	-	-	-	-	-
Costes de reestructuración (1)	(4.064)	37,7%	(2.951)	(53,7%)	(6.367)	92,1%	65,9%	70,2%
Pérdida por deterioro de activos	(3.290)	-	-	(100,0%)	(53)	80,9%	-	100,0%
Beneficio neto ejercicio atr. Soc. Dominante	(7.967)	1927,2%	(393)	(91,5%)	(4.617)	-	-	-
Gafas								
Cifra de negocios	31.251	(2,9%)	32.183	6,1%	30.336	22,1%	21,7%	20,2%
Resultado de explotación (Ebit)	(62)	(114,3%)	433	-	(19)	-	6,8%	(2,0%)
Ingresos netos por venta inmovilizado	-	-	-	-	-	-	-	-
Costes de reestructuración (1)	(311)	(53,7%)	(671)	12,2%	(598)	7,0%	15,0%	6,6%
Pérdida por deterioro de activos	(436)	-	-	-	-	10,7%	-	0,0%
Beneficio neto ejercicio atr. Soc. Dominante	(809)	239,9%	(238)	(61,4%)	(617)	-	-	-
Bienes de equipo								
Cifra de negocios	39.484	2,1%	38.676	(1,6%)	39.307	27,9%	26,1%	26,1%
Resultado de explotación (Ebit)	3.069	(13,2%)	3.537	24,1%	2.849	-	55,2%	-
Ingresos netos por venta inmovilizado	-	-	-	-	-	-	-	-
Costes de reestructuración (1)	(38)	(93,8%)	(611)	(56,8%)	(1.413)	0,9%	13,6%	15,6%
Pérdida por deterioro de activos	(342)	-	-	-	-	8,4%	-	0,0%
Beneficio neto ejercicio atr. Soc. Dominante	2.689	(8,1%)	2.926	103,8%	1.436	-	-	-
No asignables a ninguna unidad de negocio								
Cifra de negocio	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultado de explotación (Ebit)	42	(134,1%)	(123)	(96,7%)	(3.701)	1,7%	(1,9%)	(397,1%)
Ingresos netos por venta inmovilizado	-	(100,0%)	2.225	(85,5%)	15.355	-	-	-
Costes de reestructuración (1)	-	-	(244)	(64,7%)	(691)	0,0%	5,5%	7,6%
Pérdida por deterioro de activos	-	-	-	-	-	0,0%	-	0,0%
Beneficio neto ejercicio atr. Soc. Dominante	(5.047)	217,6%	(1.589)	(114,2%)	11.197	-	-	-

Fuente: Cuentas Anuales Auditadas Consolidadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(1) Gastos de carácter extraordinario con motivo de la reestructuración organizativa de la Compañía. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro

Tal y como se observa en la tabla anterior, la unidad de Lentes es la más importante a nivel de ventas, aportando un 50% de la cifra de negocios consolidada en 2007 frente a un 22,1% de la unidad de Gafas y un 27,9% de los Bienes de equipo.

En cuanto a la aportación de cada una de las unidades de negocio al resultado de explotación consolidado (Ebit), cabe destacar que la unidad de Bienes de equipo es la única que presentó resultados positivos en 2007 y, por tanto, es la única que aportó resultados positivos al consolidado. En este sentido, la unidad de Bienes de equipo registró un resultado de explotación (Ebit) de 3 millones de euros, que sirvió para compensar las pérdidas de Lentes (-0,631 millones de euros) y Gafas (-0,062 millones de euros). Como consecuencia de lo anterior, el resultado de explotación (Ebit) del Grupo Indo consolidado se situó en 2,4 millones de euros en 2007.

En el ejercicio 2005, la Compañía registró un gasto de 3,7 millones de euros no asignable a ninguna unidad de negocio. Este importe correspondió a una serie de gastos originados por la salida de L'Hospitalet, que no pudieron ser registrados como resultado extraordinario y, en consecuencia, se registraron como gastos de explotación. Entre estos gastos destacan unos premios de jubilación por importe de 1,7 millones de euros, así como costes de salida de las instalaciones de L'Hospitalet y otros gastos asociados al

acondicionamiento del edificio de L'Hospitalet para su entrega al promotor de la inmobiliaria.

Unidad de Negocio de Lentes

2006-2007

En el ejercicio 2007, la unidad de Lentes registró una cifra de negocios de 70,9 millones de euros, un 8,5% inferior a la registrada en 2006 como consecuencia de un descenso en la cifra de negocios de lentes (-3,86%) y del descenso de la cifra de negocios de tratamientos y suplementos y de las ventas de lentes procedentes de Alemania, Estados Unidos e Italia (-29%).

El descenso de la cifra de negocios de lentes del 3,86% se explica por una bajada del número de lentes vendidas (-7,84%) que no pudo ser compensada por el incremento en el precio ponderado de 4,32%. Los motivos del descenso en el número de unidades fueron:

1. La entrada de competencia asiática en productos de bajo valor añadido a precios muy competitivos (precio de venta al óptico), que se ha visto reflejado en un descenso en el número de unidades vendidas. El efecto de la competencia asiática se concentra principalmente en la familia de lentes monofocales, experimentando en 2007 una reducción en el número de unidades vendidas de -8,63%, que no ha podido ser compensada con la subida del 2,36% en el precio promedio. La cifra de negocios en 2007 de lentes monofocales descendió un 6,5% en valor. La Compañía prevé afrontar el impacto de la competencia asiática, apoyando el crecimiento del negocio de lentes progresivas de última generación y añadiendo valor a las lentes monofocales incorporándoles tratamientos y coloraciones.
2. Menor número de lentes bifocales vendidas en 2007 (-13,71%), en línea con la tendencia decreciente del mercado, como consecuencia de la sustitución de las mismas por lentes progresivas. A pesar de la caída en unidades vendidas, el precio medio por lente bifocal creció un 5,79% en el 2007. La cifra de negocios de lentes bifocales descendió un 8,7% en 2007.
3. Cambio en la cartera de lentes progresivas: Las ventas de lentes progresivas se han mantenido estables (+0,9%), como consecuencia de un descenso en el número de lentes tradicionales vendidas, que fue compensado con el crecimiento de las lentes progresivas "Mundo MADE" y las lentes progresivas de marca distribuidor. Para mayor detalle, ver apartado 6.1 del presente Documento de Registro. El precio promedio de las lentes progresivas creció un 2,16% en 2007.
4. La evolución de la cifra de negocios de Lentes en Alemania, Estados Unidos e Italia registró unos resultados insuficientes que llevaron a la Compañía a abandonar el negocio de Lentes en Alemania y Estados Unidos. En Italia se está estudiando alternativas estratégicas. Para mayor detalle, ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro.
5. La dinámica del mercado de ofrecer los tratamientos-suplementos conjuntamente con las lentes, ha provocado una menor cifra de negocios por este concepto.

6. Finalmente, la desaceleración del consumo registrado en el mercado español a finales de 2007 influyó también en la cifra de negocios 2007 de la Compañía.

Si excluyésemos la cifra de negocios de lentes de las filiales de Alemania (3,6 millones de euros), Estados Unidos (37,5 miles de euros) e Italia (2,6 millones de euros), la cifra de negocios de Lentes 2007 se hubiera situado en 64,6 millones de euros frente a los 70,9 millones de euros realmente registrados (- 9,75%).

En cuanto al resultado de explotación en 2007, la Compañía registró unas pérdidas de 0,631 millones de euros en la unidad de Lentes, principalmente como consecuencia de los factores anteriormente descritos. Si excluyésemos el efecto en el Ebit de la unidad de lentes de las filiales de Alemania (-0,82 millones de euros), Estados Unidos (-0,28 millones de euros) e Italia (-0,55 millones de euros), el Ebit de esta unidad se hubiera situado en un millón de euros positivos, frente a las pérdidas de 0,631 millones de euros realmente registradas (+1,63 millones de euros).

La unidad de negocio de Lentes en 2007 presentó un resultado neto del ejercicio de -7,9 millones de euros, es decir un 71,72% de las pérdidas totales registradas en 2007. Dentro de las pérdidas registradas, cabe destacar que la Compañía registró unos costes de reestructuración asociados a esta unidad de negocio de 4,41 millones de euros y unas pérdidas por deterioro de activos de 4 millones de euros. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

2005-2006

En el ejercicio 2006, la cifra de negocios de Lentes se situó en 77,5 millones de euros frente a los 80,6 millones registrados en 2005 (-3,9%), como consecuencia de un leve descenso en la cifra de negocios de lentes (-0,67%) y un descenso agregado de la cifra de negocios de tratamientos y suplementos y ventas de lentes procedentes de Alemania, Estados Unidos e Italia (-15,92%). El número de unidades de lentes (sin considerar las lentes de Alemania, Estados Unidos e Italia) se redujo en un 7,45% principalmente como consecuencia de la reducción de unidades de lentes monofocales vendidas (-7,73%). Sin embargo, el crecimiento del precio promedio de venta de lentes se situó en +7,34%.

El resultado de explotación (Ebit) se situó en 2,5 millones de euros frente a 1,8 millones de euros registrados en 2005 (+38,9%), lo que supone una mejora de la rentabilidad de un 1,1% sobre la cifra de negocios.

Esta mejor evolución del resultado de explotación (Ebit) en 2006 respecto 2005 fue el resultado de la apuesta de la Compañía por la innovación, principalmente en el desarrollo de lentes progresivas del "Mundo MADE" que presentan mejores rentabilidades que el resto de lentes y permiten situar a la Compañía en la franja más alta del sector. Asimismo, el traslado de la producción a El Papiol y a Tailandia, así como la reducción de personal que principalmente afectó a la unidad de Lentes, supuso una mejora en rentabilidad muy importante en 2006.

La unidad de negocio de Lentes en 2006 registró unas pérdidas de 0,39 millones de euros (resultado neto del ejercicio), como consecuencia de asumir unos costes de reestructuración asociados a esta unidad de negocio de 2,9 millones de euros. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

Unidad de negocio de Gafas

La unidad de negocio de Gafas ha seguido una tendencia estable durante los últimos años gracias a la apuesta decidida por la diferenciación e imagen de marca de las marcas licenciadas.

Cabe destacar que la cifra de negocios de la unidad de Gafas no contempla los ingresos derivados de la participación del 40% en Vogartline España S.A., ya que los resultados se consolidan por puesta en equivalencia. A 31 de diciembre de 2006 y 2007, la aportación de Vogartline en la Cuenta de Resultados Consolidada de Indo fue de -32 miles de euros y -164 miles de euros, respectivamente.

2006-2007

En el ejercicio 2007, la cifra de negocios de Gafas presentó un retroceso en valor respecto al 2006 (-2,89%). Se presenta a continuación los principales motivos:

1. Entrada de productos procedentes de Asia de bajo valor añadido a precios muy competitivos, afectando, principalmente, las ventas de gafas de sol.
2. Disminución del número de unidades vendidas (-20,46%) de gafas distribuidas como consecuencia de:
 - Pérdida de la distribución de Lacoste por pérdida de la licencia por parte del grupo L'Amey. Lacoste supuso una cifra de negocios 2007 de 0,76 millones de euros frente a 1,26 millones de euros en 2006 (un 14,3% de la cifra de negocios 2007 de monturas distribuidas y un 2,4% del total de la unidad de Gafas 2007).
 - Menores resultados alcanzados por parte de la filial Inviva Eyewear. Indo registró en 2007 una cifra de negocios a través de Inviva de 3,56 millones de euros, un 7,3% inferior a la obtenida en 2006. En el 2007 esta filial representó un 66,6% de la cifra de negocios de gafas distribuidas y un 11,4% del total de la unidad de Gafas.
 - Traspaso de las colecciones Sting y Givenchy a Vogartline, pasando a consolidar los resultados por puesta en equivalencia. En el ejercicio 2006 estas dos marcas representaron un 8,7% de la cifra de negocios de monturas distribuidas y un 1,9% del total de la unidad de Gafas 2006.
3. Disminución del número de unidades vendidas de marca Indo (-13,52%) motivada por la preferencia del consumidor por marcas reconocidas y con connotaciones de prestigio.
4. Evolución a la baja de las ventas de fornituras (varillas, frentes y recambios) debido a que Indo ha dejado de cobrar este concepto, en línea con la tendencia del sector.
5. Finalmente, la desaceleración del consumo registrado en el mercado español a finales de 2007 influyó también en la cifra de negocios de la Compañía.

Cabe destacar que la caída en la cifra de negocios de gafas distribuidas (-24,7%), gafas marca Indo (-14,8%) y de fornituras (-53,8%) ha sido compensada parcialmente por el buen comportamiento de la cifra de negocios de gafas licenciadas (+8,61%) fruto de un crecimiento de esta actividad en unidades (+4,38%) y precio (+4,06%). El crecimiento de las gafas licenciadas ha supuesto un crecimiento en el precio ponderado de esta unidad de 3,24% en 2007 respecto 2006. Las marcas que más crecimiento están experimentando son Carolina Herrera, Massimo Dutti y Paco Rabanne.

La unidad de negocio de Gafas en 2007 registró unas pérdidas de 0,8 millones de euros (resultado neto del ejercicio), como consecuencia de registrar un resultado de explotación (Ebit) negativo atribuible de 0,062 millones de euros, asumir unos costes de reestructuración de 0,3 millones de euros y unas pérdidas por deterioro de activos de 0,436 millones de euros. Para mayor información, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

2005-2006

La cifra de negocios en el ejercicio 2006 creció un 6,09% respecto el año anterior. Este crecimiento fue debido principalmente a:

1. Crecimiento de un 22,3% de las marcas licenciadas motivado por un crecimiento de las unidades vendidas de un 7,42% y el precio medio por gafa licenciada de un 13,85% en el 2006. El crecimiento de las marcas licenciadas se explica principalmente por dos factores: el incremento en ventas de Carolina Herrera y el éxito obtenido en el lanzamiento de la colección de "eyewear" de Massimo Dutti realizada en Octubre de 2006. Las ventas de Carolina Herrera crecieron en 2006 un 24,9% en valor respecto el 2005, como consecuencia del incremento de ventas a nivel internacional y la aparición de un nuevo mercado: la venta a bordo en líneas aéreas. Carolina Herrera representó un 39,1% de la cifra de negocios 2006 de la unidad de Gafas y Massimo Dutti un 3,6%.
2. Crecimiento de la cifra de negocios de gafas distribuidas de un 17,1%.

Sin tener en cuenta la cifra de negocios de fornituras (cuya cifra de negocios descendió un 68% en 2006 respecto 2005) las unidades vendidas en 2006 crecieron un 9,94% y el precio ponderado creció un 3,27%.

Además del incremento de la cifra de negocios señalado, en este ejercicio se registró también una mejora del margen de explotación (Ebit) de -19 miles de euros en 2005 a 433 miles de euros en 2006. Esta mejora fue gracias al crecimiento de las ventas de gafas licenciadas, que al estar ligadas a la moda y tener elevado prestigio, permiten asumir incrementos de precios superiores por parte de los consumidores y, consecuentemente, obtener mejores márgenes.

La unidad de negocio de Gafas en 2006 registró unas pérdidas atribuibles de 0,238 millones de euros (resultado neto del ejercicio), como consecuencia incurrir en unos costes de reestructuración de 0,671 millones de euros. Para mayor información, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

Unidad de negocio de Bienes de Equipo

La evolución de la cifra de negocios de Bienes de equipo e Interiorismo durante el periodo 2005-2007 fue positiva, principalmente gracias a un incremento del número de instrumentos vendidos.

2006-2007

En el ejercicio 2007, la cifra de negocios continuó creciendo (2,1%) en línea con la tendencia observada en los años anteriores, situándose en 39,4 millones de euros frente a los 38,6 millones de euros registrados en 2006. Este crecimiento está basado en una gama de bienes de equipo cada vez más amplia y con un mayor grado de innovación y valor añadido.

Cabe destacar que en 2007, el número de equipos vendidos creció un 12,2%, principalmente gracias al crecimiento de la línea de instrumentos, si bien el precio ponderado unitario decreció en un 7,88%. Por otro lado, la cifra de negocios de reparaciones e interiorismo se mantuvo estable con una caída de -1,77%.

El resultado de explotación (Ebit) de 2007 se situó en 3,1 millones de euros. El margen de Ebit sobre la cifra de negocios 2007 decreció pasando del 9,1% sobre cifra de negocios 2006 a un 7,8% en 2007. Esta reducción del margen fue consecuencia de un mayor peso de las cadenas de ópticas en la cartera de clientes. Las cadenas de ópticas son el segmento de mercado que más está creciendo. Las condiciones comerciales de estas cadenas son más exigentes y ejercen una mayor presión en precios, impactando así, en el margen de explotación. En este sentido, destaca la entrada de General Óptica en la cartera de clientes de la Compañía.

La unidad de negocio de Bienes de equipo en 2007 registró unos beneficios atribuibles de 2,6 millones de euros frente a los 2,9 millones de euros registrados en 2006 (-8,1%), como consecuencia de la reducción de resultado de explotación y la pérdida por deterioro de activos por 0,342 millones de euros, principalmente. Para mayor información, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

2005-2006

La cifra de negocios en el ejercicio 2006 decreció un 1,6% respecto el año anterior. Si no se incluye la operación de Argelia del 2005, la cifra de negocios en el ejercicio 2006 hubiera crecido un 7,4% respecto el año anterior. Este crecimiento se explica por el elevado grado de innovación y valor añadido que poseen los productos de Indo y por el constante esfuerzo de Indo en ampliar la cartera de productos y la red de distribución tanto a nivel nacional como internacional (tal y como se indica en el apartado 6.1.1 del presente Documento).

En cuanto a la evolución del resultado de explotación (Ebit) destacar que en 2006 creció un 24,1% respecto 2005, situándose en 3,5 millones de euros en 2006 frente a 2,8 millones de euros en 2005. Si excluimos la operación de Argelia el Ebit de 2005 se hubiera situado en 1,9 millones de euros, por lo que el incremento del 2006 respecto el 2005 hubiera sido del 78,7%. El resultado neto atribuible a esta unidad de negocio se situó en 2,9 millones de euros al registrar 0,6 millones de euros de costes de reestructuración.

Análisis del Balance de Situación por unidad de negocio

Balance de Situación Consolidado por unidad de negocio

(miles de euros)	Lentes			Gafas			Bienes de equipo			No asignable		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Activo	57.118	56.450	59.155	18.218	21.189	19.457	23.062	22.184	21.674	49.241	57.866	39.801
% sobre el consolidado	38,7%	35,8%	42,2%	12,3%	13,4%	13,9%	15,6%	14,1%	15,5%	33,4%	36,7%	28,4%
Pasivo	50.051	52.367	38.419	21.874	21.066	17.923	26.495	23.098	19.425	49.218	61.158	64.320
% sobre el consolidado	33,9%	33,2%	27,4%	14,8%	13,4%	12,8%	17,9%	14,6%	13,9%	33,3%	38,8%	45,9%

Fuente: Cuentas Anuales Auditadas Consolidadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

En la tabla anterior se observa que la unidad de negocio de Lentes supone la mayor parte de los activos y pasivos asociados del Balance de Situación. La unidad de Lentes es la que mayor inversión requiere y, consecuentemente, es la que mayor pasivo necesita de todas las unidades de negocio.

9.2.1. Información relativa a factores significativos, incluidos los acontecimientos inusuales o infrecuentes o los nuevos avances, que afecten de manera importante a los ingresos del emisor por operaciones, indicando en qué medida han resultado afectados los ingresos.

A continuación se presentan los principales acontecimientos inusuales sucedidos durante el transcurso de los últimos 3 años y que han afectado de manera importante a los ingresos de Indo:

- o Traslado de las marcas Sting y Givenchy

En el ejercicio 2007, las colecciones Sting y Givenchy fueron traspasadas a Vogartline España, S.A. Consecuentemente, las ventas dejaron de consolidarse por integración proporcional, pasando a consolidar los resultados por puesta en equivalencia.

- o Pérdida de la distribución de Lacoste

En el ejercicio 2007 Indo dejó de distribuir gafas de la marca Lacoste dada la pérdida en 2006 de la licencia por parte del grupo francés L'Amy. En el ejercicio 2006, Lacoste representaba un 17,7% de la cifra de negocios de monturas distribuidas, un 3,9% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas y un 0,8% de la cifra de negocios total de Indo.

- o Traslado de la actividad productiva

En el ejercicio 2006, la cifra de negocios de Indo se vio afectada por el traslado de la actividad productiva de la antigua sede de L'Hospitalet al nuevo laboratorio de El Papiol. Este traslado ocasionó un retraso en el plazo de entrega de los productos a los ópticos, en especial, a los clientes del nordeste de España.

- o Operación de Argelia

En el ejercicio 2005, la Compañía ganó un concurso internacional excepcional para equipar ópticas en Argelia por importe de 3,3 millones de euros (un 2,2% de la cifra de negocios consolidada 2005 de Indo). La cifra de negocios consolidada de Indo en 2005 se

situó en 150,3 millones de euros. Si se excluye esta operación, la cifra de negocios 2005 se hubiera situado en 147 millones de euros.

9.2.2. Cuando los estados financieros revelen cambios importantes en las ventas netas o en los ingresos, proporcionar un comentario narrativo de los motivos de esos cambios.

No se han producido variaciones significativas en la Cuenta de Resultados histórica de la Sociedad, salvo las propias de su negocio.

9.2.3. Información relativa a cualquier actuación o factor de orden gubernamental, económico, fiscal, monetario o político que, directa o indirectamente, hayan afectado o pudieran afectar de manera importante a las operaciones del emisor.

No se ha producido hasta la fecha de verificación de este documento ninguna actuación o factor de orden gubernamental, económico, fiscal, monetario o político que, directa o indirectamente, haya afectado a las operaciones de Indo.

Asimismo, no se espera que puedan producirse cambios en un futuro previsible. Sin embargo, los mercados en los que opera Indo son mercados globalizados y mantienen una fuerte dependencia de las fluctuaciones en los cambios de las divisas.

10. RECURSOS DE CAPITAL

10.1. Información relativa a los recursos de capital del emisor (a corto y a largo plazo);

A continuación se expone el detalle de los recursos propios y ajenos a 31 de Diciembre de 2005, 2006 y 2007:

Recursos Financieros

Recursos de capital (miles de euros)	2007	2006	2005
Capital suscrito	11.130	11.130	11.130
Acciones propias	0	0	(1.159)
Prima de emisión	5.520	5.520	5.520
Reservas de revalorización	0	1.244	1.244
Otras reservas de la Sociedad Dominante	17.048	15.076	11.943
Reservas de consolidación	17.713	18.876	15.244
Reservas de primera aplicación	(454)	(454)	(454)
Diferencias de conversión	(599)	(450)	(283)
Beneficio del ejercicio	(11.134)	706	7.399
Dividendo a cuenta	0	(890)	(557)
Intereses minoritarios	331	316	309
Patrimonio Neto	39.555	51.074	50.336
Ingresos diferidos	80	153	9
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	20.277	22.649	20.353
Pasivos por impuestos diferidos	108	222	107
Provisiones no corrientes	1.196	1.397	1.931
Otros pasivos no corrientes ⁽¹⁾	11.061	11.645	1.659
Pasivo no corriente	32.722	36.066	24.059
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	37.649	31.770	23.965
Acreedores comerciales	26.898	28.616	27.747
Pasivos por impuestos corrientes	2.238	2.664	2.869
Otros pasivos corrientes ⁽¹⁾	6.176	4.822	6.574
Provisiones corrientes	2.400	2.677	4.537
Pasivo corriente	75.361	70.549	65.692
TOTAL PASIVO	147.638	157.689	140.087

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Ebitda ⁽²⁾	7.746	12.025	5.825
Endeudamiento financiero bruto a largo plazo	20.277	22.649	20.353
Endeudamiento financiero bruto a corto plazo	37.649	31.770	23.965
Endeudamiento financiero bruto	57.926	54.419	44.318
Endeudamiento financiero neto	54.366	50.905	38.925
Endeudamiento global neto ⁽²⁾	104.523	103.101	84.358
Endeudamiento financiero neto/ Ebitda ⁽³⁾	7,02	4,23	6,68
Endeudamiento financiero neto/Patrimonio Neto	1,37	1,00	0,77
End. financiero a corto plazo/End. financiero bruto	65,0%	58,4%	54,1%
Endeudamiento financiero bruto/Total Pasivo	39,2%	34,5%	31,6%
Endeudamiento financiero neto/Total Pasivo	36,8%	32,3%	27,8%
Endeudamiento global neto/Total pasivo	70,8%	65,4%	60,2%

(1) Incluye el arrendamiento financiero del Edificio de Sant Cugat

(2) Pasivo corriente y pasivo no corriente menos inversiones financieras temporales y efectivo

(3) Beneficio antes de amortización, resultado financiero e impuestos

En 2005, la Compañía firmó un contrato de opción de compra y contrato de arrendamiento para la adquisición del edificio de la sede central en Sant Cugat. Una vez iniciado el arrendamiento, la Compañía consideró que dicho contrato cumplía con determinadas condiciones exigidas por la NIC 17 por su consideración como arrendamiento financiero, por lo que procedió a la activación de los terrenos y construcciones a los que hace referencia dicho contrato por importe de 11,3 millones de euros y de los pasivos corrientes y no corrientes por importe de 9,5 millones de euros, respectivamente.

A efectos de estimar los ratios financieros presentados en la tabla anterior, no se ha considerado deuda financiera el arrendamiento financiero del edificio de la sede central en Sant Cugat por estar sujeto al ejercicio de una opción de compra que Indo firmó con el antiguo propietario del edificio. Dicho contrato de opción de compra se firmó con la intención de adquirir el inmueble en el año 2009 si la ejecución de los planes de negocio 2006-2008 incrementaba los resultados de 2005. Este arrendamiento se incluye en los epígrafes "otros pasivos no corrientes" y "otros pasivos corrientes" del Balance de Situación.

En Febrero de 2008, Indo firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra sobre el edificio de Sant Cugat, venta de las instalaciones y posterior arrendamiento del mismo, por no considerarse estratégico y por implicar el ejercicio de la opción un incremento adicional del endeudamiento. Si se hubiese ejercido la opción, la Compañía hubiera hecho frente a un pago de 9,8 millones de euros, por lo que se hubiera incrementado su endeudamiento por esa cantidad. Por otro lado, si Indo no hubiera ejercido la opción y tampoco la hubiese cedido, Indo hubiera perdido las inversiones realizadas en acondicionar las instalaciones de la sede que ascienden a 5 millones de euros. Asimismo, hubiera perdido los pagos a cuenta de la opción de compra realizados hasta la fecha. Las características del contrato de arrendamiento actual del edificio de Sant Cugat se describen en el apartado 8.1 del presente Documento de Registro.

A 31 de Diciembre de 2007, el endeudamiento financiero bruto de Indo se situó en 57,9 millones de euros (39,2% del total pasivo 2007) frente a 54,4 millones de euros a cierre de 2006 (34,5% del total pasivo 2006). El ratio de endeudamiento financiero bruto sobre el Ebitda 2007 se situó en 7,48x frente a 4,53x a cierre del ejercicio 2006. De haberse considerado el arrendamiento financiero como deuda financiera, el endeudamiento financiero bruto en 2007 hubiera ascendido a 67,5 millones de euros (45,7% del total pasivo 2007) y en 2006 a 64,7 millones de euros (41,1% del total pasivo 2006). Asimismo, el ratio de endeudamiento financiero bruto sobre el Ebitda 2007 se hubiera situado en 8,7x y en 5,38x a cierre del ejercicio 2006. Dado que la firma de la opción fue en 2006, esta partida no afectó a los ratios del ejercicio 2005.

2006-2007

En 2007, el patrimonio neto del Grupo ascendió a 39,5 millones de euros frente a los 51 millones de euros registrados en 2006 (-11,5 millones de euros). Este descenso se explica por las pérdidas de 11,1 millones de euros registradas en 2007 (para mayor detalle, ver 20.1 del presente Documento de Registro).

El pasivo no corriente se situó en 2007 en 32,7 millones de euros frente a 36 millones de euros de 2006 (-3,3 millones de euros). Esta reducción se debió a un menor saldo de

deuda con entidades de crédito y otros pasivos y a una reducción de la partida de arrendamiento financiero de los edificios de Sant Cugat registrado en otros pasivos no corrientes, como consecuencia del pago anual de la cuota.

El pasivo corriente experimentó un crecimiento importante situándose en 75,3 millones de euros en 2007 frente a 70,5 millones de euros de 2006 (+4,8 millones de euros), como consecuencia del incremento de la deuda con entidades de crédito a corto plazo. La Compañía incrementó la deuda financiera a corto plazo por importe de 3 millones de euros para financiar necesidades de circulante a corto plazo, que canceló en Febrero de 2008 con el cobro de la venta del edificio de Sant Cugat.

2005-2006

Los principales movimientos experimentados en 2006 fueron el incremento del pasivo no corriente que pasó de 24 millones de euros en 2005 a 36 millones de euros en 2006 (+12 millones de euros) y el incremento del pasivo corriente que ascendió a 70,5 millones de euros en 2006 frente a los 65,6 millones de euros registrados en 2005 (+4,9 millones de euros). El ratio de pasivo corriente y no corriente sobre el total pasivo pasó de 64,1% en 2005 a 67,6% en el ejercicio 2006.

El incremento del pasivo no corriente fue resultado de la contabilización del arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat registrado principalmente en la partida de "otros pasivos no corrientes". En 2006, la partida de "otros pasivos no corrientes" ascendió a 11,6 millones de euros frente a 1,6 millones de euros de 2005 (+10 millones de euros).

El pasivo corriente experimentó un crecimiento importante, principalmente con motivo del crecimiento de la partida de "Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros" que pasó de 23,9 millones de euros en 2005 a 31,7 millones en 2006 (+7,8 millones de euros). Se detallan a continuación las principales causas del incremento de financiación:

- Financiación de las inversiones realizadas a lo largo de los últimos años con el fin de llevar a cabo la reestructuración de la Compañía y de actualizar las instalaciones del negocio, especialmente en la planta de Tailandia, el laboratorio de El Papiol y la sede central de Sant Cugat. Para mayor detalle, ver apartado 5.2.1 del presente Documento.
- Financiación otorgada a las ópticas (créditos a clientes).

Capital suscrito y prima de emisión

Indo Internacional, S.A. no ha realizado ninguna ampliación de capital durante los últimos tres años y, consecuentemente, el capital social de la Sociedad no ha variado con los años.

A 31 de Diciembre de 2007 el capital suscrito de Indo estaba compuesto por 11.130.000 acciones ordinarias de 1 euro de valor nominal cada una, encontrándose totalmente suscritas y desembolsadas.

10.2. Explicación de las fuentes y cantidades y descripción narrativa de los flujos de tesorería del emisor;

En la tabla adjunta se muestra la evolución del fondo de maniobra durante el periodo 2005-2007:

Evolución del Fondo de Maniobra

(miles de euros)	2007	2006	2005
Activo Circulante			
Existencias	31.667	30.969	30.865
Deudores comerciales y otros	39.628	48.973	46.527
Activos por impuestos corrientes	1.879	1.430	1.356
Otros activos corrientes	342	0	0
Activos mantenidos para la venta	336	668	360
Pasivo Circulante			
Acreedores comerciales	(26.898)	(28.616)	(27.747)
Pasivos por impuestos corrientes	(2.238)	(2.664)	(2.869)
Otros pasivos corrientes ⁽¹⁾	(6.176)	(4.822)	(6.574)
Provisiones corrientes	(2.400)	(2.677)	(4.537)
Fondo de Maniobra de Explotación	36.140	43.261	37.381
Inversiones financieras corrientes	1.172	1.221	1.105
Efectivo y medios equivalentes	2.388	2.293	4.288
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	(37.649)	(31.770)	(23.965)
Fondo de Maniobra Neto ⁽²⁾	2.051	15.005	18.809
Variación Fondo de Maniobra Neto	(12.954)	(3.804)	n.d.

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(1) Incluye el Arrendamiento financiero del Edificio de Sant Cugat

(2) Fondo de Maniobra Explotación más inversiones financieras corrientes, efectivo y medios equivalentes menos deuda financiera a corto plazo

Las partidas de existencias reflejan una evolución alineada con las ventas durante todo el periodo 2005-2007.

El saldo de deudores en el ejercicio 2006 refleja un incremento superior al de la cifra de negocios consolidada, causado principalmente por la mayor financiación otorgada a clientes.

En el ejercicio 2007 el saldo de deudores se redujo de 48,9 a 39,6 millones de euros, debido al cobro de 7,6 millones de euros procedentes de la salida del edificio de la sede de L'Hospitalet.

El periodo medio de cobro de clientes y deudores incrementó de 113 días en 2005 a 121 días en 2006. En el ejercicio 2007, Indo mejoró la rotación pasando a cobrar a 102 días. El periodo medio de pago a proveedores se situó en el ejercicio 2007 en 113 días frente a los 109 días en el ejercicio 2005.

En el epígrafe “otros pasivos corrientes” se incluye el arrendamiento financiero a corto plazo del edificio de Sant Cugat, las remuneraciones pendientes de pago y los ajustes por periodificación del pasivo. En el epígrafe “otros pasivos no corrientes” se incluye la parte del arrendamiento financiero de Sant Cugat a largo plazo, fianzas y depósitos recibidos a largo plazo y la deuda comprometida por el potencial ejercicio de las opciones de compra y venta cruzadas sobre participaciones de la sociedad Indelcor Lens Thailand. Para mayor detalle sobre estas opciones, ver apartado 21.1.6. del presente Documento de Registro.

El fondo de maniobra de explotación se ha mantenido positivo a lo largo de los tres años, siguiendo la tendencia de la cifra de negocios y los aprovisionamientos.

Las inversiones financieras corrientes incluyen, principalmente, deudas por créditos a clientes (ópticas), cuya duración se estima inferior a 12 meses y cuyo objetivo es ayudarles a financiar su plan de expansión (programas de fidelización y apoyo a ópticas). Los créditos a clientes con duración superior a 12 meses se incluyen en el activo financiero. A 31 de Diciembre de 2007, el importe total de los créditos a clientes corrientes (inversiones financieras corrientes) y no corrientes (activos financieros) ascendía a 12,8 millones de euros.

La deuda financiera bruta a corto plazo menos el efectivo y equivalentes (efectivo más inversiones financieras corrientes) ha tenido una evolución al alza debido a un mayor endeudamiento concentrado en el corto plazo. Destacar que, en el ejercicio 2007, la partida de Deuda con entidades de crédito incluye un préstamo por importe de 3 millones de euros, solicitado como anticipo del cobro de la venta de Sant Cugat cancelada en Febrero del 2008.

A continuación se presentan las principales magnitudes del Estado de Flujos de Efectivo correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007:

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

(miles de euros)	2007	2006	2005
Flujos netos de efectivo obtenidos de actividades ordinarios	3.132	(3.266)	3.425
Flujos netos de efectivo usados en actividades de inversión	(6.035)	(7.363)	(6.588)
Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiación	3.209	8.758	1.617
Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalente	(211)	(124)	(604)
Variación neta de efectivo y demás medios equivalentes al efectivo	95	(1.995)	(2.150)
Efectivo y equivalentes al efectivo en el principio del período	2.293	4.288	6.438
+ Efectivo y demás medio equivalentes al final del período	2.388	2.293	4.288

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Para un mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

10.3. Información sobre los requisitos de préstamo y la estructura de financiación del emisor.

A continuación se presentan las principales fuentes de financiación de la Compañía:

Deudas con entidades de crédito

La composición de las deudas con entidades de crédito a 31 de Diciembre de 2007, de acuerdo con sus vencimientos, fue la siguiente:

Deuda con entidades de crédito y otros pasivos financieros

Deudas con entidades de crédito 2007 (miles de euros)	Limite	Corriente		No corriente			Total Deuda bancaria
		Menos de 1 año	2009	2010	2011 en adelante	Total no corriente	
Préstamos	24.763	7.632	8.209	5.010	3.912	17.131	24.763
Pólizas de crédito	15.670	14.045	-	-	-	-	14.045
Efectos descontados	10.050	8.621	-	-	-	-	8.621
Financiación de importaciones	8.300	6.228	-	-	-	-	6.228
Deudas por arrendamiento financiero (bancario)	4.269	1.123	844	594	1.707	3.146	4.269
Total a 31 de diciembre del 2007	63.052	37.649	9.053	5.604	5.619	20.277	57.926
Gastos financieros asociado		2.489				1.057	3.546

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007

El tipo de interés medio devengado en el ejercicio 2007 por deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros fue del 5,6%. El gasto financiero asociado a la deuda financiera ascendió a 3,54 millones de euros en el ejercicio 2007, un 2,5% de la cifra de negocios consolidada de Indo.

Bajo el título de "Préstamos" de la tabla anterior, se incluyen a 31 de Diciembre de 2007 préstamos en garantía hipotecaria por importe de 0,565 millones de euros con el Institut Català de Finances. A fecha de verificación del presente Documento de Registro, todas las garantías hipotecarias están económicamente y registralmente canceladas, a excepción de la garantía hipotecaria de la planta de Vilafant (Girona) que se encuentra pendiente de cancelación registral.

A 31 de Diciembre de 2007, la deuda financiera con entidades de crédito a corto plazo representaba un 65% del total de deuda financiera con entidades de crédito. El servicio de la deuda de Indo para el ejercicio 2008 (pagos por concepto de intereses y amortización de capital) asciende a 41,19 millones de euros, de los cuales 14,04 millones de euros corresponden a pólizas de créditos, 8,62 millones de euros a efectos descontados y 6,22 millones de euros a financiación de importaciones. La Compañía no prevé repagar estos tres tipos de líneas de crédito ya que se renuevan anualmente de forma automática. No obstante, a fecha de verificación del presente Documento de Registro, Indo ha amortizado 4 millones de euros de pólizas de crédito que no van a ser renovadas. En consecuencia, el importe total a pagar por Indo en el ejercicio 2008 ascenderá a 16,3 millones de euros (préstamos por importe de 7,63 millones de euros, pólizas de crédito por importe de 4 millones de euros, deuda por arrendamiento financiero por importe de 1,12 millones de euros y gastos financieros por importe de 3,54 millones de euros).

Aproximadamente un 67% de la deuda financiera a 31 de Diciembre de 2007 ha sido concedido por las tres principales entidades bancarias, siendo estas tres entidades instituciones españolas.

A cierre del ejercicio 2007, un 93% de la deuda financiera de Indo está contraída con entidades de crédito españolas.

El objetivo de la Compañía es conseguir un ratio de endeudamiento financiero bruto sobre Ebitda no superior a 4x frente al ratio actual de 7,48x y un ratio de endeudamiento financiero bruto sobre el total pasivo entre el 30% y 33% frente el 39,2% actual.

Indo está al corriente de pago de la totalidad de sus deudas.

Otros pasivos

Se presenta a continuación el detalle de las partidas de "otros pasivos corrientes" y "otros pasivos no corrientes" del Balance de Situación a cierre del ejercicio 2006 y 2007:

Otros pasivos (miles de euros)	2006		2007	
	Corriente	No corriente	Corriente	No corriente
Arrendamiento financiero (no bancario)	712	9.613	712	8.901
Otros pasivos	4.110	2.032	5.464	2.160
Total otros pasivos	4.822	11.645	6.176	11.061

Fuente: La compañía

Tal y como se explica en el apartado 10.1 del presente Documento de Registro, la partida de "otros pasivos" incluye el arrendamiento financiero no bancario de la sede central de la Compañía en Sant Cugat del Vallés (Barcelona) que no se ha considerado deuda financiera. En Febrero de 2008, Indo firmó un contrato de cesión de la opción de compra y posterior arrendamiento sobre el edificio de Sant Cugat. Las características del contrato de arrendamiento actual del edificio de Sant Cugat se describen en al apartado 8.1 del presente Documento de Registro.

Adicionalmente, en la partida de otros pasivos se incluye la deuda comprometida por la ejecución de las opciones de compra y venta cruzadas sobre participaciones de la sociedad Indelor Lens Thailand por importe de 2,139 millones de euros. A cierre del ejercicio 2007, en el supuesto de ejercicio de dichas opciones, el servicio de la deuda para el ejercicio 2008 hubiera ascendido a 18,44 millones de euros. Para mayor detalle sobre dichas opciones, ver apartado 21.1.6 del presente Documento.

Instrumentos de cobertura

Las actividades de la Compañía le exponen fundamentalmente a los riesgos financieros de las variaciones de los tipos de cambio y de los tipos de interés. Para cubrir estas exposiciones, Indo utiliza contratos a plazo sobre tipos de cambio y contratos de permutas financieras sobre tipos de interés. La Compañía no utiliza instrumentos financieros derivados con fines especulativos.

Presentamos a continuación la política de gestión de riesgos de Indo asociada a la gestión de riesgos de mercado y financieros.

Riesgo tipo de interés:

La Compañía tiene contratada la mayoría de su deuda financiera a tipos de interés variable y por tanto, indexada a la evolución de los tipos de interés de mercado. La política de gestión del riesgo tiene por objetivo limitar las variaciones de tipo de interés sobre el resultado y el cash-flow, manteniendo un adecuado coste global de la deuda. Para conseguir este objetivo, se contratan instrumentos de cobertura de tipo de interés para cubrir las posibles oscilaciones del coste financiero.

A continuación se indican los instrumentos financieros de cobertura de tipo de interés para el ejercicio terminado a 31 de Diciembre de 2007:

Instrumentos financieros derivados

Instrumento financiero (miles de euros)	Empresa	Contraparte	Vencimiento	Nominal	Resultados acumulados (Fondos Propios)	Pérdidas y ganancias	Valor Razonable
Cobertura tipo interés	Indo Internacional	Deuda	28/10/08	7.000	7	21	28
Cobertura tipo interés	Indo Internacional	Deuda	14/11/08	18.000	(128)	174	46
Cobertura tipo interés	Indo Italia	Deuda	31/01/08	650	(42)	(1)	(43)
Total a 31 de diciembre del 2007				25.650	(163)	194	31

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas auditadas 2007

El valor razonable ha sido calculado a través de una actualización de cash-flow futuros estimados en base a una curva de tipos de interés y de tipo de cambio.

El nominal de cobertura en la media del año 2007 ascendió a 25,65 millones de euros, un 44% sobre el endeudamiento financiero bruto 2007.

Indo tiene como objetivo mantener un ratio de cobertura de la deuda financiera entre el 60% y el 70%.

Riesgo de tipo de cambio:

A 31 de Diciembre de 2007, un 5% de la deuda financiera con entidades de crédito (2,89 millones de euros) de la Compañía era en divisas, principalmente yenes japoneses y dólares americanos, y correspondía al endeudamiento de las filiales extranjeras de Indo (filiales fuera de la Comunidad Económica Europea). Esta deuda en divisas incluye un préstamo concedido por Cofides a Indelor Lens Thailand por un importe de 853 miles de euros que se encuentra cubierto en su totalidad.

Adicionalmente, la Compañía tenía cubierto los flujos con proveedores, principalmente en yenes, por un nominal de 3,8 millones de euros, que suponen un 24% sobre el saldo total con proveedores en moneda extranjera en el ejercicio 2007.

A 31 de Diciembre de 2007 las coberturas de tipo de cambio contratadas fueron:

Instrumentos financieros derivados

Instrumento financiero (miles de euros)	Empresa	Contraparte	Vencimiento	Nominal	Resultados acumulados (Fondos Propios)	Pérdidas y ganancias	Valor Razonable
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	27/12/07	299	(756)	756	-
Cobertura USD (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	28/03/07	347	(106)	106	-
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	18/01/08	346	-	(12)	(12)
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	20/02/08	182	-	(6)	(6)
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	19/03/08	327	-	(4)	(4)
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	21/04/08	164	-	(6)	(6)
Cobertura JPY (1)	Ind. de Óptica	Importaciones	20/05/08	283	-	(5)	(5)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	20/06/08	258	-	(4)	(4)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	22/07/08	264	-	(3)	(3)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	22/08/08	283	-	(2)	(2)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	19/09/08	264	-	(2)	(2)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	20/10/08	264	-	(1)	(1)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	20/11/08	264	-	(0)	(0)
Cobertura JPY	Ind. de Óptica	Importaciones	22/12/08	264	-	(9)	(9)
Total a 31 de diciembre del 2007				3.809	(862)	808	(54)

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas auditadas 2007

(1) Coberturas cuyos vencimientos no han sido renegociados

10.4. Información relativa a cualquier restricción sobre el uso de los recursos de capital que, directa o indirectamente, haya afectado o pudiera afectar de manera importante a las operaciones del emisor.

No existen convenants ni ratios financieros en relación a los préstamos de la Compañía, a excepción de un covenant sobre el préstamo que el banco tailandés UOBT ha concedido a la filial del grupo Indelor Lens Thailand Co. Ltd. Este covenant es:

- Deuda Financiera Bruta/Patrimonio Neto inferior a 1,5x
- Ebitda/Servicio de la Deuda superior a 2x

A cierre del ejercicio 2007, Indelor Lens Thailand no ha cumplido parcialmente los convenants, si bien la entidad bancaria tailandesa no ha puesto oposición ni ha exigido vencimiento anticipado. El saldo del préstamo de UOBT a Indelor Lens Thailand a 31 de Diciembre de 2007 era de 35,5 millones de Bahts (0,82 millones de euros).

A cierre del ejercicio 2008, se prevé el cumplimiento de la totalidad de los convenants.

Adicionalmente, a cierre del ejercicio 2007, las sociedades del Grupo Indo tenían prestadas garantías ante entidades financieras por cuenta propia y por cuenta de empresas del Grupo. El importe total avalado ascendía a 20,4 millones de euros.

Avalista	Avalado	Miles de euros
Indo Internacional, S.A.	Por cuenta propia	60
Indo Internacional, S.A.	Indo France, S.A.	355
Indo Internacional, S.A.	Industrias de Ópticas, S.A.U.	5.315
Industrias de Óptica, S.A.U.	Por cuenta propia	746
Industrias de Óptica, S.A.U.	Indo Internacional, S.A.	11.870
Industrias de Óptica, S.A.U.	Inviva Eyewear, S.A.	1.600
Industrias de Óptica, S.A.U.	Suzhou Indo Optica Spectacles Co. Ltd.	465
TOTAL		20.411

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007

A fecha de verificación del presente Documento no existen acciones pignoradas ni hipotecas sobre bienes inmuebles.

10.5. Información relativa a las fuentes previstas de fondos necesaria para cumplir los compromisos mencionados en 5.2.3. y 8.1.

En el ejercicio 2008, Indo deberá afrontar el pago de 16,3 millones de euros en concepto de deuda con entidades de crédito a corto plazo, incluyendo el pago de intereses (ver apartado 10.3 del presente Documento) y de 4,419 millones de euros en concepto de inversiones presupuestadas para el 2008 (ver apartado 5.2.2 del presente Documento).

Se prevé que el repago de la deuda financiera y las inversiones presupuestadas sean financiadas a través de las siguientes fuentes de financiación:

- Recursos generados por la propia actividad de la Compañía en el ejercicio 2008. A cierre 2007, Indo registró un resultado de explotación antes de amortizaciones (Ebitda) de 7,7 millones de euros.
- Efectivo y otros medios equivalentes. A 31 de Diciembre de 2007 el Balance de Situación presentaba un efectivo de 2,38 millones de euros.
- Cesión de la opción de compra del edificio de Sant Cugat y venta de las instalaciones con el consiguiente cobro de 6 millones de euros, acuerdo firmado con posterioridad al cierre del ejercicio 2007. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento. Actualmente, la Compañía está analizando posibles desinversiones adicionales de activos patrimoniales no estratégicos.
- Se estima que parte de los 16,69 millones de euros provenientes de la Ampliación de Capital prevista con posterioridad a la fecha de verificación del presente Documento, descrita en el apartado 21.1.5 del presente Documento, se destinen al servicio de la deuda.

Cabe destacar que a 31 de Marzo de 2008, la Compañía registró una cifra de negocios de 33 millones de euros lo que supuso un descenso de un 14,3% respecto al mismo trimestre del año anterior y un resultado neto de 46 miles de euros, que supuso un descenso de un 91,2%.

La Compañía no estima incrementar su nivel de endeudamiento.

11. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PATENTES Y LICENCIAS

En los casos en que sea importante, proporcionar una descripción de las políticas de investigación y desarrollo del emisor para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica, incluida la cantidad dedicada a actividades de investigación y desarrollo emprendidas por el emisor.

Las unidades de negocio de Lentes y Bienes de equipo disponen de un potente departamento de Investigación y Desarrollo integrado por 43 personas (24 de la unidad de Lentes y 19 de Bienes de equipo), de las cuales 10 son doctores (en Ciencias Físicas, Químicas e Ingeniería de Telecomunicaciones) entre otros titulados superiores (licenciados

en Ciencias Físicas, Químicas, ingenieros en mecánica, electrónica, informática, telecomunicaciones, matemáticos, etc.). Adicionalmente la unidad de Gafas dispone de un departamento de diseño integrado por 8 personas.

La actividad que desarrolla el departamento de I+D de la unidad de Lentes se centra, por un lado, en adquirir conocimiento en el ámbito de la química, física, etc. (investigación pre-competitiva), y por otro lado, en el desarrollo de nuevos productos y procesos de fabricación, basados en el conocimiento previamente adquirido. La unidad de Lentes destina aproximadamente un 25% de sus recursos a la consecución del conocimiento necesario, y el 75% restante de sus recursos, al desarrollo de nuevos productos y procesos de fabricación.

El departamento de I+D de Bienes de equipo se dedica, fundamentalmente, al desarrollo de maquinaria avanzada de control numérico y, por tanto, sus áreas básicas de conocimiento son la Ingeniería mecánica y electrónica. Los desarrollos que lleva a cabo el departamento de I+D de Bienes de equipo son básicamente máquinas avanzadas para el biselado, centrado y captura de datos de las lentes. Recientemente, se ha desarrollado conjuntamente con la Universidad de Valencia un sistema de diagnóstico médico por sensibilidad al contraste, que actualmente está en pruebas.

Otra de las actividades de los departamentos de I+D es buscar la máxima competitividad de la Compañía a través de la reducción de costes, la adecuación tecnológica y la mejora general de prestaciones de los productos existentes.

La investigación en la consecución de conocimiento para la unidad de Lentes se financia, desde hace mucho años, mediante proyectos financiados por CDTI, mediante créditos a interés muy bajo y amortización a 10 años, complementados por subvenciones concedidas por el Ministerio de Industria y Energía y/o por el Ministerio de Educación y Ciencia.

Presentamos a continuación un desglose de la inversión y del gasto en I+D por unidad de negocio:

I+D (miles de euros)	2007	2006	2005
Gasto I+D	3.669,8	3.709,8	4.197,4
Lentes	2.066,9	1.783,6	2.117,0
Gafas	495,6	547,7	891,6
Bienes de equipo	1.107,3	1.378,6	1.188,8
Inversión en I+D	427,6	737,0	662,0
Lentes	408,1	268,6	246,6
Gafas	0,0	256,6	4,0
Bienes de equipo	19,5	211,8	411,4
% Inversión + Gasto sobre cifra de negocios	2,89%	3,00%	3,23%
Lentes	3,49%	2,65%	2,93%
Gafas	1,59%	2,50%	2,95%
Bienes de equipo	2,85%	4,11%	4,07%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Reexpresadas 2005 y 2006

Nota: Las inversiones incluyen prototipos e inmovilizado en curso

En promedio, durante el periodo 2005-2007, la Compañía ha invertido en Investigación, Desarrollo e Innovación (inversión bruta + gastos en I+D) un 3% de la cifra de negocios de Indo.

En el ejercicio 2007, Indo presentó el proyecto "MADE4U" al 7º programa marco en el área de Nanotecnologías, Materiales y Producción (NMP), que resultó aceptado. Este proyecto es liderado por Indo y aglutina 13 empresas y centros de investigación, que configuran toda la cadena de valor del producto de lentes y gafas, con un presupuesto total de 8,6 millones de euros y una subvención de 5,3 millones de euros. Su objetivo es el desarrollo de nuevas tecnologías que permiten la personalización integral de la gafa, adaptándola a la fisonomía de la cara del individuo. Asimismo, este proyecto analiza la modelización del negocio para evaluar su viabilidad.

Los anteriores proyectos y una buena parte de la actividad de investigación de los departamentos de I+D de Indo, se realiza en cooperación con otras empresas, departamentos de universidades y centros tecnológicos, tanto nacionales como extranjeros.

En el ejercicio 2006, cabe destacar el equipo Opera Scan, que recibió el galardón Silmo d'Or como el producto del sector óptico más innovador en cuanto a diseño y tecnología a nivel mundial. El Opera Scan es un equipo que permite perforar las lentes oftálmicas de forma precisa y automática en el montaje de gafas y cuyo objetivo es detectar automáticamente las coordenadas para los montajes de lentes al aire (sin montura).

Destacar también en el ejercicio 2006, los trabajos realizados en el desarrollo del equipo Center y en el desarrollo de las lentes progresivas especializadas LifeMADE. Asimismo, mencionar el desarrollo, durante el ejercicio 2005, de las lentes progresivas personalizadas EyeMADE y el desarrollo del Visual Map Developer, un sistema de personalización de lentes progresivas que evalúa la estrategia visual concreta de cada paciente.

Es relevante destacar la licencia de patente solicitada por Indo sobre un sistema de fabricación propio de lentes oftálmicas bajo la tecnología de talla directa "Free-Form". Indo presentó la patente de esta tecnología a nivel mundial, en España y en EEUU en el año 2005 y a nivel europeo en el año 2007. En la actualidad, esta licencia se encuentra en fase de autorización por parte de las autoridades competentes. Una vez obtenido la licencia de patente, la duración de la misma será de 20 años.

Además de esta licencia de patente, en los últimos años Indo ha solicitado (y algunas de ellas ya se han obtenido) 7 patentes más, cuya duración de las mismas es de 20 años desde la fecha de presentación.

12. INFORMACIÓN SOBRE TENDENCIAS

12.1. Tendencias recientes más significativas de la producción, ventas e inventario, y costes y precios de venta desde el fin del ejercicio anterior hasta la fecha del documento de registro.

La Compañía no dispone de información financiera a 31 de Marzo de 2008 por unidad de negocio. Para ver el detalle a nivel consolidado, ver apartado 20.6.1 del presente Documento de Registro.

12.2. Información sobre cualquier tendencia conocida, incertidumbres, demandas, compromisos o hechos que pudieran razonablemente tener una incidencia importante en las perspectivas del emisor, por lo menos para el actual ejercicio.

No procede

13. PREVISIONES O ESTIMACIONES DE BENEFICIOS

Si un emisor opta por incluir una previsión o una estimación de beneficios, en el documento de registro deberá figurar la información prevista en los puntos 13.1 y 13.2:

13.1. Declaración que enumere los principales supuestos en los que el emisor ha basado su previsión o su estimación.

Los supuestos empleados deben dividirse claramente entre supuestos sobre los factores en los que pueden influir los miembros de los órganos administrativo, de gestión o de supervisión y los supuestos sobre factores que están exclusivamente fuera de la influencia de los miembros de los órganos administrativo, de gestión o de supervisión; los supuestos serán de fácil comprensión para los inversores, ser específicos y precisos y no estar relacionados con la exactitud general de las estimaciones subyacentes de la previsión.

El emisor ha optado por no incluir ninguna previsión o estimación de beneficios en el presente documento de registro.

13.2. Debe incluirse un informe elaborado por contables o auditores independientes que declare que, a juicio de esos contables o auditores independientes, la previsión o estimación se ha calculado correctamente sobre la base declarada, y que el fundamento contable utilizado para la previsión o estimación de los beneficios es coherente con las políticas contables del emisor.

No es necesario incluir el informe elaborado por contables o auditores independientes porque no se han realizado previsiones o estimaciones de beneficios.

13.3. La previsión o estimación de los beneficios debe prepararse sobre una base comparable con la información financiera histórica.

En relación con lo comentado en los puntos anteriores este punto tampoco sería aplicable.

13.4. Si el emisor publica en un folleto una previsión de beneficios que está aún pendiente, debería entonces proporcionar una declaración de si efectivamente ese pronóstico sigue siendo tan correcto como en la fecha del documento de registro, o una explicación de por qué el pronóstico ya no es válido, si ese es el caso.

En relación con lo comentado en los puntos anteriores este punto tampoco sería aplicable.

14. ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS, DE GESTIÓN Y DE SUPERVISIÓN, Y ALTOS DIRECTIVOS

14.1. Nombre, dirección profesional y cargo en el emisor de las siguientes personas, indicando las principales actividades que éstas desarrollan al margen del emisor, si dichas actividades son significativas con respecto a ese emisor:

a) Miembros de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión

Se adjunta a continuación un cuadro con la identidad de la totalidad de los miembros del Consejo de Administración de Indo, el carácter de cada uno de dichos consejeros, su cargo dentro del consejo, las fechas del primer y último nombramiento y el procedimiento de elección:

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN					
Nombre o denominación social del consejero	Tipo	Cargo en el Consejo	Fecha primer nombramiento	Fecha último nombramiento	Procedimiento de elección
Juan Casaponsa Sitjas	Ejecutivo	Presidente y Consejero Delegado	30/04/2008	30/04/2008	Consejo de Administración (a ratificar por Junta General)
Carlos Colomer Casellas	Dominical	Vocal	31/05/1983	26/06/2003	Junta General
Eusebio Díaz-Morera Puig-Sureda	Dominical	Vocal	28/03/1990	22/06/2005	Junta General
Juan Cristóbal Garrigosa Laspeñas	Dominical	Vocal	31/01/1979	21/06/2004	Junta General
COBAIN MERCADO, S.L. (1) (representada por José Ignacio González Freixa)	Dominical	Vicepresidente	23/04/2007	23/04/2007	Consejo de Administración (ratificado por Junta General)
DOMASA INVERSIONES, S.L. (2) (representada por Nicolás Guerrero Gilabert)	Dominical	Vocal	01/10/2007	01/10/2007	Consejo de Administración (a ratificar por Junta General)

(1) Sociedad controlada por Dña. Janine Cottet Sebile.

(2) Sociedad controlada por D. Manuel Guerrero de Castro.

Hasta el 30 de abril de 2008, el Presidente del Consejo de Administración de Indo era D. Jorge Cottet Sebile, el cual ocupa en la actualidad el cargo de Presidente Honorífico de la Compañía, sin tener la consideración de consejero. No obstante, la entidad Coherma Mercado S.L., sociedad patrimonial controlada por el Sr. Cottet, ha sido propuesta para la siguiente Junta como nuevo miembro del Consejo de Administración de la Compañía.

En este sentido y a pesar de la estructura detallada en el anterior cuadro relativa al Consejo de Administración de Indo, se debe destacar que en la sesión de 30 de abril de 2008 del Consejo de Administración de la Compañía, se ha propuesto, para que se apruebe en la Junta General Ordinaria de la Sociedad convocada para el 16 de junio de 2008, ampliar el número de consejeros de la Sociedad para dejarlo establecido en 9, designándose como nuevos consejeros a Coherma Mercado S.L., según lo comentado en el párrafo anterior, como consejero dominical y a Don Luis Badía Almirall y a Don Ramón Mas Sumalla como consejeros independientes.

El Secretario del Consejo, no Consejero, es D. Luis Francisco Marimón Garnier, abogado en ejercicio.

Naturaleza de toda relación familiar entre cualquiera de esas personas

No existe relación familiar alguna entre los integrantes del Consejo de Administración y entre éstos y los miembros del Equipo Directivo de la Compañía.

b) Socios comanditarios, si se trata de una sociedad comanditaria por acciones

No aplica, al tratarse de una sociedad anónima.

c) Fundadores, si el emisor se ha establecido para un período inferior a cinco años

No aplica, al haberse constituido la Sociedad hace más de cinco años.

d) Cualquier alto directivo que sea pertinente para establecer que el emisor posee las calificaciones y la experiencia apropiadas para gestionar las actividades del emisor.

Se adjunta a continuación un cuadro con la identidad de los principales miembros del equipo directivo actual de Indo (en adelante, el Equipo Directivo):

EQUIPO DIRECTIVO		
Nombre	Cargo	Fecha de nombramiento
Antoni Olivella Cunill	Director General	01/01/2001
Xavier Tintoré Segura	Director Financiero y Corporativo	12/12/2005
Emilio Calabuig Tormo	Director Unidad Mundial de Ventas	01/01/2007
Jorge Rovirosa Escosura	Director Unidad de Negocio de Gafas	01/04/1997
	Director Unidad de Negocio de Lentes	01/01/2007
Ignasi Mira Figueras	Director Unidad de Negocio de Bienes de Equipo	01/02/2007
Camilo Llorens Martínez	Director Unidad de Negocio de Desarrollo de Empresa	01/09/2000
Francisco Javier Parent Saladrigas	Director Unidad Corporativa de Logística y Producción	01/04/2001
Pedro Cánovas Sánchez	Director Unidad Corporativa de Compras y Planificación	14/04/1998
Roger de Ramón Castellet	Director Unidad Corporativa de Tecnologías de la Información	01/01/2006
Eulalia Girones i Font	Directora Unidad Corporativa Recursos Humanos	01/01/2008

No obstante lo anterior, se hace constar que si bien todas las personas mencionadas anteriormente son miembros del Equipo Directivo de la Compañía, únicamente D. Antoni Olivella Cunill, Director General de Indo, tiene un contrato de alta dirección con la Compañía, mientras que el resto de integrantes mantiene una relación laboral normal con la Sociedad.

Naturaleza de toda relación familiar entre cualquiera de esas personas

Se hace constar que no existe relación familiar alguna entre los miembros del Equipo Directivo y entre éstos y los consejeros de la Compañía.

En el caso de los miembros de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión del emisor y de las personas descritas en b) y d) del primer párrafo, datos sobre la preparación y experiencia pertinentes de gestión de esas personas, además de la siguiente información:

a) nombres de todas las empresas y asociaciones de las que esa persona haya sido, en cualquier momento de los cinco años anteriores, miembro de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión, o socio, indicando si esa persona sigue siendo miembro de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión, o si es socio. No es necesario enumerar todas las filiales de un emisor del cual la persona sea también miembro del órgano administrativo, de gestión o de supervisión;

A continuación se resume brevemente la información sobre la preparación académica y trayectoria profesional de los miembros de los órganos de administración, de gestión y de supervisión:

- D. Juan Casaponsa Sitjas, de 51 años. Es Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración de Indo desde el 30 de abril de 2008. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Ha sido Adjunto al Director Comercial y responsable de exportación de Cotonificio de Badalona, S.A., sociedad dedicada a la industria textil, Product Manager de distintas categorías de producto de Braun Española de Electrodomésticos, S.A., Group Product Manager de Cruz Verde/Legrain (Grupo Sara Lee), Marketing Manager Grocery de Nabisco Brands España, S.A. y Director General de Del Monte Foods Iberia, S.L., siendo estas dos últimas compañías del sector alimentario. Asimismo, ha ocupado el cargo de Presidente-Director General de Chocolates Lindt España y Francia, ha sido Presidente de United Biscuits Southern Europe y Vicepresidente de Kraft Foods International. En el ámbito de la representación institucional, el Sr. Casaponsa ha sido, entre otros cargos, miembro de la Comisión Delegada de la FIAB (Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas) durante 4 años.
- D. Carlos Colomer Casellas, de 64 años. Es miembro del Consejo de Administración desde 1983 y en 1992 fue nombrado Vicepresidente de la Compañía, cargo que ha ostentado hasta el 30 de abril de 2008, siendo en la actualidad vocal del Consejo. Es Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y Master en Administración de Empresas por la Escuela de Negocios IESE. Ha sido Presidente Director General de Henry Colomer, Haugron Cientifical (entidad extinguida y dedicada al comercio al

por mayor de productos de perfumería, droguería, higiene y belleza), Revlon Europa y Presidente de Revlon International, CEO de Revlon Inc., y actualmente Fundador, Presidente y COO de The Colomer Group (grupo dedicado a la comercialización de una amplia gama de productos de perfumería y belleza al servicio de los profesionales en estética y peluquería y de los consumidores finales). Actualmente, además del cargo en Indo, es Consejero Regional de BSCH, miembro del Consejo Asesor de la Sociedad de Capital Riesgo CVC, Consejero de Telefónica y Vicepresidente y Consejero de Altadis.

- D. Eusebio Diaz-Morera Puig-Sureda, de 62 años. Ostenta el cargo de Consejero en la Sociedad desde 1990. Es Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y Master en Administración de Empresas por la Escuela de Negocios IESE. Ha sido Administrador General de PAS, sociedad disuelta dedicada a servicios financieros y de la cual ha derivado la actual EDM, Presidente de Caja de Barcelona, Presidente Ejecutivo de Banca Catalana y Tunel del Cadí (CESA), Presidente del Consejo Superior del Ahorro de la CECA, Vicepresidente de ACESA, Consejero de FECSA y de HIDRUÑA. Actualmente, además, es Presidente Ejecutivo de EDM Holding, S.A. (entidad matriz que presta servicios empresariales y de asesoramiento al conjunto de sociedades a las que pertenece el grupo EDM, el cual tiene por objeto la gestión independiente de patrimonios) y Consejero de Miquel y Costas & Miquel y de Innova 31, S.A.
- D. Juan Cristóbal Garrigosa Laspeñas, de 56 años. Es miembro del Consejo de Administración de Indo desde 1979. Ingeniero por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de Barcelona. Fue el Fundador de CEDES, S.A. en la que ostentó el cargo de Presidente. Ha colaborado estrechamente en la creación de empresas y desarrollo de numerosos proyectos relacionados con la logística en China y en México. En Indo desarrolló la creación del departamento de investigación aplicada, participando estrechamente además en la primera línea de producción de lentes orgánicas de la Compañía. En la actualidad es propietario mayoritario y Presidente de Biothis Medioambiente S.L., empresa dedicada a temas medioambientales.
- D. José Ignacio Gonzalez Freixa, de 51 años. Es el representante de la Sociedad Cobain Mercado, S.L. (sociedad patrimonial) en el Consejo de Administración de Indo desde Abril de 2007 y recientemente, ha sido nombrado Vicepresidente de dicho Consejo. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona, ha cursado además diversos postgrados en especialidades jurídicas y económicas. Ha sido miembro de la Junta de Gobierno del Il·tre. Colegio de Abogados de Barcelona y ha desempeñado diversas responsabilidades en el ámbito de las asociaciones de abogados de carácter internacional. Asimismo, ha sido Vicepresidente y Secretario del Consejo de Administración de Agrovic Alimentación y Secretario de los Consejos de Administración de Lindt & Sprungli España, S.A. y Perrier España, S.A. entre otros. En la actualidad es Socio Director de Landwell, Abogados y Asesores Fiscales.

- D. Nicolás Guerrero Gilabert, de 53 años. Es el representante de la Sociedad Domasa Inversiones, S.L. (sociedad patrimonial) en el Consejo de Administración de Indo desde Octubre del pasado año. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Ha sido Consejero de Aresa, Seguros Generales, S.A. hasta su venta. Es Socio Director del Bufete Guerrero de Castro y Secretario del Consejo de Clínica Corachan. Actualmente, además del cargo ostentado en Indo, es Vicepresidente y Consejero Delegado de Domasa Inversiones, S.L. así como ejecutivo de diversas de sus filiales y participadas, Presidente del Consejo de Administración de la Sociedad de Capital Riesgo Wind Privat Equity I y de la Sociedad inmobiliaria Danube Property Fund II.

Asimismo, se expone seguidamente y de manera breve la información sobre la preparación académica y trayectoria profesional del Equipo Directivo de Indo:

- Antoni Olivella Cunill, de 56 años. Perito y Profesor mercantil. Licenciado en Ciencias Empresariales (promoción del 75) y Master en Economía por ESADE. Se incorporó al Grupo Indo en el año 1973 como adjunto a la Secretaría General y Gabinete Fiscal. En 1980 pasó a ocupar el cargo de Jefe de Ventas de la División Lentes. En 1982 pasa a desempeñar el cargo de Director de Exportación de Lentes, Gafas y Bienes de Equipo. En 1992 asume la dirección del área de Negocio de Gafas y en 1997 la dirección del área de Negocio de Lentes. En el año 2001 es nombrado Director General de Indo Internacional, S.A. Fue Presidente de ESA (European Sunglass Association) en el 2002 al 2006 y en el 2007 es nombrado, por tres años, Presidente de Eurom I (Federación Europea de la Industria Óptica y de la Mecánica de Precisión), órgano que representa los intereses de los fabricantes ópticos ante la Comisión Europea y otras instituciones nacionales e internacionales.
- Xavier Tintoré Segura, de 41 años. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por ESADE, además Master de Management Europeo por el HEC, París. En 1992 se incorpora como Director Financiero Adjunto en Shimuzu Corporation (Barcelona), empresa dedicada a la construcción. En 1995 se incorpora a Dade Internacional Barcelona (sociedad dedicada a la comercialización de equipos y artículos para análisis clínicos, instrumentación científica y diagnosis médica) como Director de Finanzas, Logística y RRHH. En 1992 es nombrado Director General de América Latina (Cono sur) en Dade Behring Ltda. Sao Paulo. En 2002 es nombrado Director Corporativo de Planificación Financiera y Análisis de Dade Behring Inc. con sede en Chicago. Se incorpora a Indo Internacional, S.A. en diciembre de 2005 como Director Financiero y Corporativo.
- Emilio Calabuig Tormo, de 52 años. Se formó en la Escuela de Ingeniería Técnica Industrial de Valencia y realizó la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas en ESADE. Se incorporó en 1976 a Indo y ha desempeñado diversas labores en el área de postventa y comercial de Bienes de Equipo. En 1987 es nombrado director de ventas para España de óptica, oftalmología y decoración en la Unidad de Negocio de Bienes de Equipo. En este período, durante un tiempo fue responsable de ventas de Portugal en LAEM, empresa dedicada a la audiolología. En 2001 es nombrado Director de la

Unidad de Negocio de Bienes de Equipo y en 2007 asume la Dirección de la recién creada Unidad Mundial de Ventas.

- Jorge Rovirosa Escosura, de 47 años. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Administración y Dirección de Empresas por ESADE. En 1984 comenzó su carrera profesional en Philips Barcelona, incorporándose al Grupo Indo en 1986 como Product Manager del producto Gafas. En 1997 asume la dirección de la Unidad de Negocio de Gafas y en 2007 asume, además, la Dirección de la Unidad de Negocio de Lentes.
- Ignasi Mira Figueras, de 42 años. Licenciado en Ciencias Químicas y Master en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. En 1992 comenzó su trayectoria profesional como Responsable de Laboratorio de Cotegran, S.A. (empresa integrante del Grupo Texsa Monteros). Posteriormente en TEXSA, S.A. (Compañía ligada al desarrollo e innovación del sector de la construcción) asume la responsabilidad de I+D y a continuación es nombrado Product Manager de Texsa Monteros, S.A. En 2001 se incorpora al Grupo Indo como Responsable de Marketing de Bienes de Equipo y en 2007 es nombrado Director de la Unidad de Negocio de Bienes de Equipo.
- Camilo Llorens Martínez, de 50 años. Realizó Administración y Dirección de Empresas en ESADE y Dirección de Ventas en EADA (Escuela de Alta Dirección y Administración de empresas de Barcelona). Ha dedicado toda su actividad profesional a lo largo de más de 30 años al Grupo Indo. Ha sido Responsable de Logística Comercial Lentes y Gafas, Área Manager de Mayoristas de Lentes. Ha sido Director Ventas Gafas y Director de LAEM, empresa dedicada a la audiolgía, y desde el año 2000, Director de la Unidad de Negocio Desarrollo de Empresa.
- Francisco J. Parent Saladrigas, de 51 años. Ingeniero Superior Industrial por la ETSEIB (Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de Barcelona), ha desarrollado su trayectoria profesional desde el año 1984 en el Grupo Indo. Ha llevado a cabo tareas en los Departamentos de Aprovisionamiento de Materias Primas, Métodos y Tiempos y Aplicaciones informáticas y fue Responsable de Calidad y Jefe del Departamento de Organización de la Compañía. En 2001 asume la Dirección de la Unidad Corporativa de Logística y Producción de Indo.
- Pedro Cánovas Sánchez, de 54 años. Ingeniero Técnico en Telecomunicaciones. Ha trabajado como Director de Compras y Planificación en empresas como Elbe y Sharp Electrónica España S.A. De 1994 a 1998 fue Director de Operaciones de Data Comelta, empresa dedicada a la fabricación de ordenadores, y se incorporó al grupo Indo en 1998 como Director de la Unidad Corporativa de Compras y Planificación.
- Roger de Ramón i Castellet, de 45 años. Licenciado en Informática por la FIB-Universidad Politécnica de Barcelona, MBA por ESADE, Diplomado en Corporate Finance por ESADE y en Dirección Financiera por IDEC-Universidad Pompeu Fabra. Inicia su trayectoria profesional en Carburos Metálicos como Analista y Responsable de Proyecto. Ocupa diversos cargos en Informática y

Acreditaciones en COOB (Comité Organizador de las Olimpiadas de Barcelona '92). Responsable de Sistemas en Informark en 1992 y Responsable de Proyectos e Informática en Winterthur Ibérica en 1994. En 1998 se incorpora como Responsable del Dpto. de Informática al grupo Indo y es nombrado Director de la Unidad Corporativa de Tecnologías de la Información en 2006.

- Eulàlia Gironès i Font, de 35 años. Ingeniero Técnico Superior Industrial por ETSEIT (Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial de Terrassa). Master en Prevención de Riesgos Laborales nivel superior, especialidad en Seguridad Industrial Ergonomía y Psicosociología (Universidad Politécnica de Barcelona). Executive de Dirección y Desarrollo de Personas ESADE. Empezó su carrera profesional en la Caixa d'Estalvis de Terrassa. Después de su experiencia en Administración en ABB Robótica y ABB Flexible Automation S.A., se incorpora en 1996 al grupo Indo como Técnica en RRHH. Realiza labores de Coordinación de los Servicios de Prevención. Posteriormente asumió la responsabilidad de los departamentos de Prevención de Riesgos Laborales, Formación y Desarrollo. En enero 2008 ha sido nombrada Directora de la Unidad Corporativa de Recursos Humanos.

b) cualquier condena en relación con delitos de fraude por lo menos en los cinco años anteriores;

c) datos de cualquier quiebra, suspensión de pagos o liquidación con las que una persona descrita en a) y d) del primer párrafo, que actuara ejerciendo uno de los cargos contemplados en a) y d) estuviera relacionada por lo menos durante los cinco años anteriores;

d) detalles de cualquier incriminación pública oficial y/o sanciones de esa persona por autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos profesionales designados) y si esa persona ha sido descalificada alguna vez por un tribunal por su actuación como miembro de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión de un emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un emisor durante por lo menos los cinco años anteriores.

En relación con el directivo de la Compañía D. Antoni Olivella Cunill, la CNMV le impuso una sanción por infracción grave, publicada en el BOE con fecha 30 de junio de 2005, como consecuencia de la realización los días 27 y 30 de diciembre de 2002, de operaciones de compra sobre acciones propias de la Sociedad, que proporcionaron indicios falsos o engañosos en cuanto a la demanda y el precio de Indo Internacional, S.A., y que supuso una multa por importe de 30.000 euros (treinta mil euros).

Asimismo y respecto del Consejero de Indo D. Carlos Colomer Casellas, la CNMV le impuso una sanción por infracción muy grave, publicada en el BOE con fecha 20 de febrero de 2006, como consecuencia de la demora en la comunicación de operaciones de adquisición y venta de participaciones significativas en el capital de Indo Internacional, S.A., con fechas de operación 21 de junio, 4 de julio y 22 de diciembre de 2000 y 18 de septiembre de 2001, lo cual supuso una multa por importe de 12.000 euros (doce mil euros).

Por último y de acuerdo con la información suministrada a la Sociedad por cada consejero y por el Equipo Directivo, se hace constar que, excepto por el consejero y el directivo mencionados anteriormente, el resto de los consejeros o directivos de la Sociedad no: (i) ha sido condenado en relación con delitos de fraude por lo menos en los cinco últimos años; (ii) está relacionado con cualquier concurso, quiebra, suspensión de pagos o liquidación alguna de una sociedad mercantil en la que actuara como miembro del Consejo de Administración o como alto directivo al menos en los cinco últimos años; ni (iii) ha sido inculcado pública y oficialmente o sancionado por las autoridades estatutarias o reguladoras (incluidos los organismos profesionales designados) o descalificado por tribunal alguno por su actuación como miembro del órgano de administración, de gestión o de supervisión de un emisor o por su actuación en la gestión de los asuntos de un emisor al menos en los cinco años anteriores.

14.2. Conflictos de intereses de los órganos administrativos, de gestión y de supervisión, y altos directivos

Deben declararse con claridad los posibles conflictos de intereses entre los deberes de cualquiera de las personas mencionadas en 14.1 con el emisor y sus intereses privados y/o otros deberes. En caso de que no haya tales conflictos, debe hacerse una declaración a ese efecto.

Cualquier acuerdo o entendimiento con accionistas importantes, clientes, proveedores u otros, en virtud de los cuales cualquier persona mencionada en 14.1 hubiera sido designada miembro de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión, o alto directivo.

Datos de toda restricción acordada por las personas mencionadas en 14.1 sobre la disposición en determinado período de tiempo de su participación en los valores del emisor.

No existe ningún conflicto de interés entre los intereses privados de las personas mencionadas en el apartado 14.1 anterior e Indo en términos legales, de acuerdo con lo establecido en el artículo 127.ter del Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.

Los consejeros dominicales de la Compañía han sido nombrados para su cargo bien porque ostentan directa o indirectamente una participación relevante en Indo bien por acuerdo o entendimiento con accionistas importantes. En referencia al Presidente Ejecutivo y al Equipo Directivo, éstos no han sido designados para sus cargos en virtud de acuerdo o entendimiento con accionistas importantes, clientes, proveedores u otros.

No obstante lo anterior, si bien en la próxima Junta General de la Compañía se tiene intención de nombrar a la entidad Coherma Mercado, S.L., sociedad patrimonial controlada por el Sr. Cottet, como consejero dominical, también se ha previsto el nombramiento de dos consejeros independientes, por lo que habrá dos integrantes del Consejo de Administración de la Compañía que hayan sido designados en atención a sus condiciones personales y profesionales, pudiendo desempeñar sus funciones sin verse condicionados por cualquier acuerdo o entendimiento con accionistas importantes, clientes, proveedores u otros.

Según los datos que obran en poder de la Sociedad, ninguna de las personas mencionadas en el apartado 14.1 anterior que sea titular de valores de Indo ha asumido restricción temporal alguna para su libre disposición.

Se hace constar que si bien D. Jorge Cottet Sebile, anterior presidente de Indo hasta el 30 de abril de 2008, es propietario indirecto de la cadena de ópticas Cottet, S.A. y entre esta entidad e Indo se han venido manteniendo relaciones comerciales, éstas siempre se han realizado a precio de mercado como si de un tercero ajeno totalmente a la Compañía se tratara, de acuerdo con los volúmenes de compra en cada caso concreto, dentro de las tarifas estipuladas por la Sociedad y sin un trato preferente. Las relaciones comerciales entre Indo y la cadena de ópticas Cottet, S.A., de acuerdo con los datos suministrados en el punto 19 del presente Documento de Registro, han supuesto en el año 2007 un 2,36% de la cifra de negocio consolidada de la Compañía, en 2006 un 2,78% y en 2005 un 1,64%.

Asimismo y en este sentido, se debe destacar que a pesar de que D. Jorge Cottet no se abstenía en las votaciones de las sesiones del Consejo de Administración de la Compañía en las que se adoptaban los acuerdos relativos a las operaciones realizadas por la Sociedad con la cadena de ópticas Cottet, S.A., históricamente y desde la propia fundación de Indo se han venido manteniendo este tipo de relaciones entre las dos entidades y se han aprobado año tras año por unanimidad por el correspondiente órgano de administración de la Compañía, siempre a precio de mercado según lo indicado en el párrafo anterior.

15. REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS

En relación con el último ejercicio completo, para las personas mencionadas en a) y d) del primer párrafo del punto 14.1.

15.1. Importe de la remuneración pagada (incluidos los honorarios contingentes o atrasados) y prestaciones en especie concedidas a esas personas por el emisor y sus filiales por servicios de todo tipo prestados por cualquier persona al emisor y sus filiales.

Esta información debería proporcionarse con carácter individual a menos que la revelación individual no se exija en el país de origen del emisor y no sea revelada públicamente por el emisor por otro medio.

Se indica a continuación la remuneración devengada por todos los conceptos y durante los ejercicios 2007 y 2006, por los miembros del Consejo de Administración en relación a las funciones que desempeñan en Indo Internacional, S.A. Hay que reseñar que los Consejeros no desempeñan ningún cargo adicional en las sociedades filiales de Indo, por lo que no obtienen remuneración alguna en este sentido.

REMUNERACIÓN DE LOS CONSEJEROS

Detalle	2007	2006
Número de Consejeros	6	6
Sueldos	0	0
Remuneración variable	0	0
Dietas	0	0
Remuneración en especie	0	0
Atenciones estatutarias	180.000	180.000
Opciones sobre acciones y/u otros instrumentos financieros	0	0
Anticipos	0	0
Créditos concedidos	0	0
Fondos y Planes de Pensiones: aportaciones y obligaciones contraídas	0	0
Primas de seguros de vida	0	0
Garantías constituidas por la Sociedad a favor de los consejeros	0	0
Otros conceptos	0	0
TOTAL	180.000	180.000

Asimismo, se indica a continuación la remuneración devengada por todos los conceptos y durante los ejercicios 2007 y 2006, por los miembros del Equipo Directivo de la Sociedad y en relación a todos los servicios prestados tanto en Indo Internacional, S.A. como en sus sociedades filiales.

REMUNERACIÓN DEL EQUIPO DIRECTIVO (NO CONSEJEROS)

Detalle	2007	2006
Número de directivos	10	11
Sueldos	1.459.534	1.332.400
Remuneración variable	0	0
Dietas	0	0
Remuneración en especie	29.373	21.600
Atenciones estatutarias	0	0
Opciones sobre acciones y/u otros instrumentos financieros	0	0
Anticipos	0	0
Créditos concedidos	0	0
Fondos y Planes de Pensiones: aportaciones y obligaciones contraídas	0	0
Primas de seguros de vida	0	0
Garantías constituidas por la Sociedad a favor de los consejeros	0	0
Otros conceptos	0	0
TOTAL	1.488.907	1.354.000

15.2. Importes totales ahorrados o acumulados por el emisor o sus filiales para prestaciones de pensión, jubilación o similares.

Existe un seguro de prima única en concepto de premio de jubilación suscrito a favor de siete integrantes del Equipo Directivo de Indo a finales de 2005 y cuya aportación, realizada por la Sociedad, asciende a la cifra total de 1.458.000 euros.

16. PRÁCTICAS DE GESTIÓN

En relación con el último ejercicio completo del emisor, y salvo que se disponga lo contrario, con respecto a las personas mencionadas en la letra a) del primer párrafo del apartado 14.1.:

16.1. Fecha de expiración del actual mandato, en su caso, y período durante el cual la persona ha desempeñado servicios en ese cargo.

Todos los miembros del Consejo de Administración de Indo Internacional, S.A. han sido designados por un plazo de cinco años, si bien, según lo previsto en los Estatutos Sociales, pueden ser reelegidos por idéntico período, por acuerdo de la Junta General de Accionistas. No existe un límite de edad para poder ser consejero de la Compañía.

16.2. Información sobre los contratos de miembros de los órganos administrativos, de gestión o de supervisión con el emisor o cualquiera de sus filiales que prevean beneficios a la terminación de sus funciones, o la correspondiente declaración negativa.

Existen contratos suscritos entre Indo y 6 miembros del Equipo Directivo de la Compañía que incluyen cláusulas de indemnización para el supuesto de terminación de dichos contratos y cuyo montante total alcanza la cifra de 1.083.000 euros.

16.3. Información sobre el comité de auditoría y el comité de retribuciones del emisor, incluidos los nombres de los miembros del comité y un resumen de su reglamento interno.

Comité de Auditoría

Existe un Comité de Auditoría regulado por el art. 25 y siguientes de los Estatutos Sociales y por el Reglamento del Consejo de Administración.

Las competencias del Comité de Auditoría son las siguientes:

1. Informar en la Junta General de Accionistas sobre las cuestiones que en ella planteen los accionistas en materias de su competencia.
2. Proponer al Consejo de Administración para su sometimiento a la Junta General de Accionistas la designación de los auditores de cuentas externos de la Sociedad.
3. Supervisar los servicios, en su caso, de la auditoría interna.
4. Conocer del proceso de información financiera y de los sistemas de control interno de la Sociedad.

5. Mantener relación con los auditores externos, para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de éstos y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la auditoría de cuentas, así como aquellas otras comunicaciones previstas en la legislación de auditoría de cuentas y en las normas técnicas de auditoría.

Dicho Comité actualmente está compuesto por:

Presidente: Cobain Mercado, S.L. representada por José Ignacio González Freixa.

Vocal: Eusebio Díaz-Morera Puig-Sureda.

Vocal: Domasa Inversiones, S.L. representada por Nicolás Guerrero Gilabert

Secretario: Luis Francisco Marimón Garnier
(no consejero)

Este Comité se reúne con una periodicidad mínima de 4 veces al año.

Comité de Nombramientos y Retribuciones

Existe un Comité de Nombramientos y Retribuciones regulado por el Reglamento del Consejo de Administración. Este Comité se reúne con una periodicidad mínima de dos veces al año y tiene, además de aquellas otras funciones que le encomiende el Consejo de Administración, como mínimo, las siguientes facultades:

1. Elevar sus propuestas al Consejo de Administración sobre las personas que hayan de ostentar la condición de Consejeros de la Sociedad, a fin de que el Consejo las pueda someter a la consideración de la Junta General, haciendo lo propio con las propuestas de reelección de Consejeros.
2. Proponer al Consejo de Administración las personas que hayan de integrar el Comité de Auditoría y la Dirección de Cumplimiento Normativo.
3. Proponer al Consejo de Administración para que éste a su vez lo someta a la Junta General, la retribución de los Consejeros de la Sociedad en su condición de tales, en el marco de lo previsto en los Estatutos Sociales.
4. Proponer al Consejo de Administración la retribución de los Consejeros Ejecutivos de la Sociedad y del más alto Ejecutivo de la Compañía que no sea Consejero, fijando su retribución dineraria o en especie y compensación de toda índole, revisando periódicamente la misma y elevando sus propuestas de mantenimiento o modificación al Consejo.
5. Ser informada por los Consejeros Ejecutivos o por el más alto ejecutivo de la Sociedad que no sea Consejero, de sus propuestas de retribución a los Altos Mandos de la Compañía, aprobando o rectificando las mismas.

6. Velar por el cumplimiento por parte de los Consejeros de sus obligaciones legales y estatutarias y ser informado por la Dirección de Cumplimiento Normativo de la correcta observancia de sus reglas por parte de las Personas Afectadas, o, en su caso, de cualquier inobservancia producida.
7. Proponer al Consejo de Administración la adopción de medidas disciplinarias contra un Consejero en caso de inobservancia de sus obligaciones e informar a la Junta General de ello en caso de que el Consejo no adopte las medidas correctivas adecuadas.

El Comité de Nombramientos y Retribuciones está formado en la fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones por:

Presidente: Carlos Colomer Casellas

Vocal: Juan Cristóbal Garrigosa Laspeñas

Vocal: Domasa Inversiones, S.L. representada por Nicolás Guerrero Gilabert

Vocal: Cobain Mercado, S.L. representada por José Ignacio González Freixa.

Secretario: Luis Francisco Marimón Garnier
(no consejero)

Este Comité se reúne con una periodicidad mínima de 2 veces al año.

16.4. Declaración de si el emisor cumple el régimen o regímenes de gobernanza corporativa de su país de constitución. En caso de que el emisor no cumpla ese régimen, debe incluirse una declaración a ese efecto, así como una explicación del motivo por el cual el emisor no cumple ese régimen.

Existe un Reglamento Interno de Conducta que fue depositado en la CNMV el 22 de Diciembre de 2006 y que aplica al Consejo de Administración, a altos cargos de la Compañía y excepcionalmente a otras personas tasadas.

La Sociedad no cumple con determinadas recomendaciones del Código Unificado de Buen Gobierno, que deberá tomarse como referencia al presentar, en el primer semestre de 2008, el Informe Anual de Gobierno Corporativo relativo al ejercicio 2007.

En particular las recomendaciones que quedan pendientes de cumplir son las siguientes:

Recomendación 10: *que los consejeros externos dominicales e independientes constituyan una amplia mayoría del Consejo y que el número de consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario, teniendo en cuenta la complejidad del grupo societario y el porcentaje de participación de los consejeros ejecutivos en el capital de la Sociedad.*

A la fecha del presente Documento de Registro de Acciones no se cumple estrictamente con esta recomendación, porque no hay consejeros independientes, pero se tiene previsto nombrar a dos consejeros independientes en la próxima Junta General Ordinaria de la Sociedad convocada para el 16 de junio de 2008. Después de estos nombramientos, los consejeros externos dominicales e independientes constituirán una amplia mayoría del Consejo, mientras que sólo hay un consejero ejecutivo que a la vez es Presidente.

Recomendación 12: *que dentro de los consejeros externos, la relación entre el número de consejeros dominicales y el de independientes refleje la proporción existente entre el capital de la sociedad representado por los consejeros dominicales y el resto del capital.*

No se cumple porque no hay consejeros independientes y dicha proporción tampoco se alcanzará cuando se produzcan los nombramientos de consejeros de esta índole previstos para la próxima Junta General de la Compañía según lo comentado para la recomendación 10.

Recomendación 13: *que el número de consejeros independientes represente al menos un tercio del total de consejeros.*

No se cumple porque no hay consejeros independientes y el nombramiento previsto de dos consejeros independientes no supondrá que este tipo de consejeros representen un tercio del total de los nueve consejeros que conformarán el Consejo de Administración de la Compañía, en el supuesto de aprobarse por la Junta General la modificación del número de consejeros y el nombramiento de los consejeros independientes propuestos.

Recomendación 15: *que cuando sea escaso o nulo el número de consejeras, el Consejo explique los motivos y las iniciativas adoptadas para corregir tal situación; y que, en particular, la Comisión de nombramientos vele para que al proveerse nuevas vacantes:*

a) Los procedimientos de selección no adolezcan de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de consejeras;

b) La compañía busque deliberadamente, e incluya entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.

No se cumple porque en la actualidad no hay consejeras, no obstante, históricamente la Compañía ha tenido representación femenina en el Consejo y la dimisión de la única consejera hace unos meses, ha provocado que, transitoriamente, no exista ninguna, pero se prestarán los mejores esfuerzos para corregir esta situación.

Recomendación 17: *que, cuando el Presidente del Consejo sea también el primer ejecutivo de la sociedad, se faculte a uno de los consejeros independientes para solicitar la convocatoria del Consejo o la inclusión de nuevos puntos en el orden del día; para coordinar y hacerse eco de las preocupaciones de los consejeros externos; y para dirigir la evaluación por el Consejo de su Presidente.*

No se cumple. No obstante, el Reglamento del Consejo tiene establecido que dos consejeros pueden solicitar la convocatoria del Consejo cuando lo decidan y pedir la inclusión de los puntos del orden del día que consideren conveniente.

Recomendación 41: que la Memoria detalle las retribuciones individuales de los consejeros durante el ejercicio.

No se cumple.

Recomendación 44: que el Consejo de Administración constituya en su seno, además del Comité de Auditoría exigido por la Ley del Mercado de Valores, una Comisión, o dos comisiones separadas, de Nombramientos y Retribuciones. Que las reglas de composición y funcionamiento del Comité de Auditoría y de la Comisión o comisiones de Nombramientos y Retribuciones figuren en el Reglamento del Consejo.

Se cumple parcialmente, salvo por lo que respecta a que los Presidentes de las Comisiones de Auditoría y de Nombramientos y Retribuciones sean consejeros independientes, puesto que el Consejo de Administración de Indo está formado exclusivamente por Consejeros Dominicales.

Recomendación 54: que la mayoría de los miembros de la Comisión de Nombramientos, o de Nombramientos y Retribuciones, si fueran una sola, sean consejeros independientes.

No se cumple.

17. EMPLEADOS

17.1. Número de empleados al final del período o la media para cada ejercicio durante el período cubierto por la información financiera histórica hasta la fecha del documento de registro (y las variaciones de ese número, si son importantes) y, si es posible y reviste importancia, un desglose de las personas empleadas por categoría principal de actividad y situación geográfica. Si el emisor emplea un número significativo de empleados eventuales, incluir datos sobre el número de empleados eventuales por término medio durante el ejercicio más reciente.

A continuación se desglosa el promedio de empleados de Indo durante los años 2007, 2006 y 2005 por líneas de negocio:

Promedio de número de empleados por líneas de negocio	AÑO		
	2007	2006	2005
Dirección General	4	4	5
Unidad de Negocio: Bienes de Equipo	26	126	127
Unidad de Negocio: Gafas	364	443	418
Unidad de Negocio: Lentes	40	239	252
Unidad de Desarrollo de Negocio	13	13	10
Unidad Mundial de Ventas (*)	360	0	0
Servicios Corporativos	960	1.000	1.074
TOTAL	1.767	1.825	1.886

(*) La Unidad Mundial de Ventas se creó en 2007 incorporando los equipos comerciales y administración de ventas de las Unidades de Negocio de Lentes, Gafas y Bienes de Equipo.

Tal y como se puede comprobar en el cuadro anterior, Indo se estructura en la actualidad en 3 Unidades de Negocio (Bienes de Equipo, Gafas y Lentes), la Unidad de Desarrollo de Negocio, la Unidad Mundial de Ventas, la Dirección General y los Servicios Corporativos (los cuales son comunes a todo el Grupo e incluyen las Unidades Corporativas de Compras y Planificación, Finanzas, Logística y Producción, Recursos Humanos, así como Tecnologías de la Información). El cambio más significativo de los períodos referenciados se produce en 2007, cuando se crea la Unidad Mundial de Ventas, en una reorganización cuyo objetivo es potenciar la ventaja competitiva de la Sociedad de comercializar el 85% de las necesidades de los establecimientos ópticos en cuanto a bienes de consumo (monturas, lentes y gafas de sol) y el 100% de los bienes de equipo. De esta forma se consigue presentar una oferta integral al cliente, aprovechar sinergias de productos y ofertas comerciales, realizar servicios de entrega conjunta de lentes y gafas debidamente montadas, así como permitir la negociación comercial conjunta ante el cliente.

A esta Unidad Mundial de Ventas se incorporó el equipo de comerciales y de administración de las tres unidades de negocio, permaneciendo en éstas el resto de empleados de rango intermedio. Dicha Unidad Mundial de Ventas concentra todos los productos del Grupo, dejando el resto de su estructura tal como estaba. Las unidades de negocio conservan la estrategia comercial, investigación y desarrollo, marketing y servicio de todos los mercados, continuando su responsabilidad global del negocio, con la consiguiente búsqueda de la eficiencia estructural, dimensionándola en función del volumen de negocio.

Por otra parte, en el cuadro siguiente se recoge el número de empleados de la Compañía distribuido por zonas geográficas, diferenciando el Mercado Nacional (España) del Mercado Extranjero:

Promedio de número de empleados por áreas geográficas	AÑO		
	2007	2006	2005
ZONA GEOGRÁFICA			
Total Mercado Nacional (España)	1.127	1.165	1.236
USA (lentes)	2	5	5
Francia	48	51	54
Portugal	32	30	30
Marruecos	69	88	113
China	235	230	210
Chile	30	31	32
Tailandia	111	104	84
USA (bienes de equipo)	24	25	24
Italia	17	17	17
Alemania	72	79	81
Total Mercado Exterior	640	660	650
TOTAL GRUPO INDO	1.767	1.825	1.886

Durante el periodo 2005-2007, la plantilla anual promedio se ha visto reducida en 109 personas, como consecuencia del proceso de reestructuración llevado a cabo por la Compañía, con el objetivo de ser más eficiente y rentable.

Los aumentos de plantilla más importantes se producen en las fábricas de Tailandia (fabricación seriada de lentes) y fábrica de China (fabricación de gafas) y se produce una disminución en la plantilla de Marruecos por la reconversión de la fábrica en un laboratorio de lentes minerales, que se está potenciando y optimizando su logística de distribución para dar a los ópticos europeos un servicio excelente a unos costes competitivos.

El proceso de reestructuración llevado a cabo por la Compañía durante el periodo 2005-2007 supuso un coste total de 17,95 millones de euros y unos ahorros anuales estimados de 7,49 millones de euros, que se están materializando de forma progresiva en las cuentas de resultados del periodo 2006-2009, alcanzándose su totalidad a partir de 2009. Este ahorro supuso una reducción en un 13,95% del coste de personal 2005. A efectos de realizar esta comparativa, se ha anulado el efecto de la inflación y de los gastos no recurrentes de personal tales como premios de jubilación.

Para mayor detalle, ver apartado 20.1 del presente Documento de Registro.

La siguiente tabla muestra el número promedio de personas empleadas por categorías al finalizar cada uno de los ejercicios 2007, 2006 y 2005 incluyendo la totalidad del Grupo en plantilla:

CATEGORÍA PROFESIONAL	2007	2006	2005
Personal Directivo	10	11	10
Mandos superiores	51	45	50
Mandos intermedios	78	93	104
Técnicos y administrativos	401	409	422
Comerciales	282	295	280
Operarios	945	972	1.020
TOTAL	1.767	1.825	1.886

Por último, hay que destacar que en el ejercicio 2007 los trabajadores temporales de Indo suponían un 11% respecto de la plantilla promedio total de la Compañía.

17.2. Acciones y opciones de compra de acciones

Con respecto a cada persona mencionada en a) y d) del primer párrafo del punto 14.1., proporcionar información de su tenencia de participaciones del emisor y de toda opción sobre tales acciones a partir de la fecha practicable más reciente.

A continuación se recoge el cuadro de participaciones directas e indirectas de los miembros del Consejo de Administración y su porcentaje sobre el capital social de la Sociedad, a fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones:

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN						
Consejero	Acciones Directas	%	Acciones Indirectas	%	Total Acciones	%
Juan Casaponsa Sitjas	100	0,001%	0	0	100	0,001%
Cobain Mercado, S.L. (1)	1.537.638	13,815%	0	0,000%	1.537.638	13,815%
Carlos Colomer Casellas	0	0,000%	303.967 (2)	2,731%	303.967	2,731%
Juan Cristóbal Garrigosa Laspeñas	168.823	1,517%	0	0,000%	168.823	1,517%
Domasa Inversiones, S.L. (3)	667.800	6,000%	0	0,000%	667.800	6,000%
Eusebio Diaz-Morera Puig-Sureda	0	0,000%	1.131.978 (4)	10,171%	1.131.978	10,171%
TOTAL	2.374.361	21,333%	1.435.945	12,902%	3.810.306	34,235%

(1) Sociedad controlada por Dña. Janine Cottet Sebile.

(2) A través de las sociedades Ahorro Bursátil, S.A., SICAV e Inversiones Mobiliarias Urquiola, S.A.

(3) Sociedad controlada por D. Manuel Guerrero de Castro.

(4) A través de la sociedad Venavanza, S.L.

Respecto de la ampliación de capital, representativa del 100% del capital social actual de la Compañía, que se prevé aprobar en la próxima Junta General Ordinaria convocada para el 16 de Junio de 2008, se informa que si los miembros del Consejo de Administración de Indo decidieran no acudir a dicha ampliación en la misma proporción que la ostentada a la fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones, su participación en la Compañía se verá diluida en función de las suscripciones efectivamente realizadas. En este sentido, se indicará en la correspondiente Nota sobre las Acciones, que el Emisor inscriba en CNMV con ocasión de la citada ampliación, los compromisos de suscripción que, en su caso, realicen los consejeros de Indo, así como el tanto por ciento de su participación previsto post-ampliación.

A continuación se recoge el cuadro de participaciones directas e indirectas del Equipo Directivo de la Sociedad mencionado en el apartado 14.1 anterior y su porcentaje sobre el capital social de la Sociedad, a fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones:

EQUIPO DIRECTIVO						
Nombre	Acciones Directas	%	Acciones Indirectas	%	Total Acciones	%
Antoni Olivella Cunill	4.800	0,043%	0	0,000%	4.800	0,043%
Xavier Tintoré Segura	0	0,000%	0	0,000%	0	0,000%
Emilio Calabuig Tormo	510	0,005%	0	0,000%	510	0,005%
Jorge Rovirosa Escosura	0	0,000%	0	0,000%	0	0,000%
Ignasi Mira Figueras	0	0,000%	0	0,000%	0	0,000%
Camilo Llorens Martínez	1.398	0,013%	0	0,000%	1.398	0,013%
Francisco Javier Parent Saladrigas	750	0,007%	18.360 (1)	0,165%	19.110	0,172%
Pedro Cánovas Sánchez	3.078	0,028%	0	0,000%	3.078	0,028%
Roger de Ramón Castellet	2.556	0,023%	0	0,000%	2.556	0,023%
Eulalia Girones i Font	0	0,000%	0	0,000%	0	0,000%
TOTAL	13.092	0,118%	18.360	0,165%	31.452	0,283%

(1) A través de su esposa.

No existen opciones sobre acciones para ninguna de las personas mencionadas en el apartado 14.1.

17.3. Descripción de todo acuerdo de participación de los empleados en el capital del emisor.

No existen ventajas ni sistemas de planes de entrega de acciones ni opciones sobre acciones.

18. ACCIONISTAS PRINCIPALES

18.1 En la medida en que tenga conocimiento de ello el emisor, el nombre de cualquier persona que no pertenezca a los órganos administrativos, de gestión o de supervisión que, directa o indirectamente, tenga un interés declarable, según el derecho nacional del emisor, en el capital o en los derechos de voto del emisor, así como la cuantía del interés de cada una de esas personas.

La Sociedad tiene conocimiento, a través de las listas de asistencia a las Juntas de Accionistas y demás comunicaciones, de los siguientes accionistas que tienen, directa o indirectamente, una participación estable y/o participación significativa en el capital social de Indo:

Nombre o Denominación Social del accionista	Número de acciones	Número derechos de voto			% Derechos de voto		
		Directos	Indirectos	TOTAL	Directos	Indirectos	TOTAL
Jorge Cottet Sebile	1.711.362	107.100	1.604.262 (1)	1.711.362	0,962%	14,414%	15,376%
Venavanza, S.L. (2)	1.131.978	1.131.978	0	1.131.978	10,171%	0,000%	10,171%
Menallor, S.L. (3)	559.506	559.506	0	559.506	5,027%	0,000%	5,027%
Janine Cottet Sebile	1.686.084	148.446	1.537.638 (4)	1.686.084	1,334%	13,815%	15,149%
Airy Garrigosa Laspeñas	491.094	491.094	0	491.094	4,412%	0	4,412%
TOTAL	5.580.024	2.438.124	3.141.900	5.580.024	21,906%	28,229%	50,135%

- (1) A través de la sociedad Coherma Mercado, S.L.
(2) Sociedad controlada por la Familia Ventós, familia política de D. Eusebio Díaz-Morera Puig-Sureda.
(3) Sociedad controlada por D. Juan Ignacio Manresa Rovira.
(4) A través de la sociedad Cobain Mercado, S.L.

En relación con la ampliación de capital, representativa del 100% del capital social actual de la Compañía, que se prevé aprobar en la próxima Junta General Ordinaria convocada para el 16 de Junio de 2008, se advierte que si los accionistas significativos indicados en el cuadro anterior, no acuden en la misma proporción que la ostentada a la fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones, la participación que tiene cada uno de ellos se verá diluida en función de las suscripciones realizadas. En este sentido, se indicará en la correspondiente Nota sobre las Acciones, que el Emisor inscriba en CNMV con ocasión de la citada ampliación, los compromisos de suscripción que, en su caso, realicen los mencionados accionistas de Indo, así como el tanto por ciento de su participación previsto post-ampliación.

La Sociedad no tiene conocimiento de la existencia de ningún pacto o acuerdo entre accionistas de Indo cuya participación en el capital social sea inferior al 3%, o entre éstos y los accionistas que ostentan una participación superior al 3%, que permitiera a aquéllos alcanzar una participación conjunta igual o superior al 3% del capital social. La Sociedad tampoco tiene conocimiento de la existencia de otras personas que, directa o indirectamente, a través del control de una o varias sociedades, ostenten una participación igual o superior al 3% del capital social.

Asimismo, la Sociedad no tiene conocimiento de ningún pacto parasocial o acción concertada de otra índole entre accionistas.

Tal y como aparece en el punto 17.2, los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad ostentan en su conjunto, es decir, tanto directa como indirectamente, la titularidad de 3.810.306 acciones, lo que supone un 34,235% del capital social. Por lo tanto, actualmente hay 2.910.408 acciones, representativas del 26,149% del capital social, en manos de accionistas que tienen una participación significativa sobre la Compañía y que no representan acciones en manos del Consejo de Administración. Las 4.375.223 acciones restantes, representativas del 39,354% del capital social, forman el capital flotante de Indo (sin incluir la autocartera de la Compañía que a fecha 20 de Mayo de 2008 supone 0,306% del capital social de Indo).

Por último, la capitalización bursátil del capital flotante de la Sociedad es de 14.788.253,740 euros, suponiendo un precio de 3,38 euros por acción (importe coincidente con la cotización de las acciones de la Compañía a 20 de Mayo de 2008).

18.2. Explicación de si los accionistas principales del emisor tienen distintos derechos de voto.

La totalidad de las 11.130.000 acciones de 1 euro de valor nominal cada una que integran el total del capital social de Indo son ordinarias, corresponden a una única clase y serie y otorgan los mismos derechos políticos y económicos a sus titulares. Por lo tanto, todos los accionistas de Indo tienen idénticos derechos de voto.

18.3. El control del emisor.

Indo no tiene conocimiento de que ninguna persona física o jurídica ejerza o pueda ejercer, directa o indirectamente, el control sobre la misma de conformidad con lo previsto en el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores.

Asimismo, se hace constar que D. Jorge Cottet Sebile y Dña. Janine Cottet Sebile, hermanos cuya participación conjunta en Indo asciende a un 30,53% del capital social, no tienen suscrito ningún pacto parasocial y votan, bien directamente, bien a través de entidades controladas, de manera independiente en la Junta y en el Consejo de Administración de la Compañía.

18.4. Descripción de todo acuerdo, conocido del emisor, cuya aplicación pueda en una fecha ulterior dar lugar a un cambio en el control del emisor.

Indo no tiene conocimiento de ningún acuerdo cuya aplicación pueda, en una fecha posterior, dar lugar a un cambio de control del Emisor.

19. OPERACIONES DE PARTES VINCULADAS

Los datos de operaciones con partes vinculadas (que para estos fines se definen según las normas adoptadas en virtud del Reglamento (CE) nº 1606/2002), que el emisor haya realizado durante el período cubierto por la información financiera histórica y hasta la fecha del documento de registro, deben declararse de conformidad con las correspondientes normas adoptadas en virtud del Reglamento (CE) nº 1606/2002, en su caso.

Si tales normas no son aplicables al emisor, debería revelarse la siguiente información:

a) Naturaleza y alcance de toda operación que sea -como operación simple o en todos sus elementos- importante para el emisor. En los casos en que esas operaciones con partes vinculadas no se hayan realizado a precio de mercado, dar una explicación de los motivos. En el caso de préstamos pendientes, incluidas las garantías de cualquier clase, indicar el saldo pendiente.

b) Importe o porcentaje de las operaciones con partes vinculadas en el volumen de negocios del emisor.

Todas las operaciones con partes vinculadas, según su definición contenida en la Orden EHA/3050/2004, de 15 de septiembre, realizadas durante los ejercicios 2005, 2006 y 2007 y hasta la fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones, son propias del tráfico ordinario de la Sociedad y han sido realizadas en condiciones de mercado.

Todas las operaciones con partes vinculadas realizadas por Indo durante el periodo cubierto por la información financiera histórica están incluidas en los informes anuales de gobierno corporativo de Indo que se encuentran a disposición del público en general en el domicilio social de la Sociedad, así como en la página web de Indo (www.indo.es) y en la página web de la CNMV (www.cnmv.es).

Para el periodo cubierto por la información financiera histórica y hasta la fecha de verificación del presente Documento de Registro de Acciones las operaciones con partes vinculadas de la Sociedad son las siguientes:

Ejercicio 2007:

- Venta de productos objeto social del Grupo Indo (lentes, gafas, equipos) a Óptica Cottet (vinculada al accionista y entonces Presidente del Consejo, D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 3.368 miles de Euros. A 31 de Diciembre existía un saldo deudor de 1.138 miles de euros.
- Alquiler a Coherma Gestión, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 6 miles de euros.
- Alquiler a Cobain Gestión, S.L. (sociedad vinculada a la sociedad consejera Cobain Mercado S.L., entidad controlada por Dña. Janine Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 7 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, en relación al mercado minorista del sector óptico, a Coherma Mercado, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 124 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, de índole corporativo-financiero, a Bonanova Hair & Beauty (sociedad vinculada al consejero D. Carlos Colomer Casellas) por importe neto de 119 miles de euros.

Todos los suministros, alquileres y los servicios prestados lo han sido a precios de mercado y suponen el 2,54% respecto de la cifra de negocio consolidada.

Ejercicio 2006:

- Venta de productos objeto social del Grupo Indo (lentes, gafas, equipos) a Optica Cottet (vinculada al accionista y entonces Presidente del Consejo, D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 4.174 miles de Euros. A 31 de Diciembre existía un saldo deudor de 1.298 miles de Euros.
- Alquiler a Coherma Gestión, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 24 miles de euros.
- Alquiler a Cobain Gestión, S.L. (sociedad vinculada a la sociedad consejera Cobain Mercado S.L., entidad controlada por Dña. Janine Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 16 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, en relación al mercado minorista del sector óptico, a Coherma Mercado, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 187 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, de indole corporativo-financiero, a Bonanova Hair & Beauty (sociedad vinculada al consejero D. Carlos Colomer Casellas) por importe neto de 108 miles de euros.

Todos los suministros, alquileres y los servicios prestados lo han sido a precios de mercado y suponen el 3% respecto de la cifra de negocio consolidada.

Ejercicio 2005:

- Venta de productos objeto social del Grupo Indo (lentes, gafas, equipos) a Optica Cottet (vinculada al accionista y entonces Presidente del Consejo, D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 2.391 miles de Euros. A 31 de Diciembre existía un saldo deudor de 790 miles de Euros.
- Alquiler a Coherma Gestión, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 32 miles de euros.
- Alquiler a Cobain Gestión, S.L. (sociedad vinculada a la sociedad consejera Cobain Mercado S.L., entidad controlada por Dña. Janine Cottet Sebile) de locales en la sede social de L'Hospitalet por importe de 32 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, en relación al mercado minorista del sector óptico, al consejero D. Jorge Cottet Sebile por importe de 28 miles de euros.
- Pago por servicios de asesoramiento, en relación al mercado minorista del sector óptico, a Coherma Mercado, S.L. (sociedad vinculada al accionista D. Jorge Cottet Sebile) por importe de 118 miles de euros.

- Pago por servicios de asesoramiento, de índole corporativo-financiero, a Bonanova Hair & Beauty (sociedad vinculada al consejero D. Carlos Colomer Casellas) por importe neto de 108 miles de euros.

Todos los suministros, alquileres y los servicios prestados lo han sido a precios de mercado y suponen el 1,86% respecto de la cifra de negocio consolidada.

20. INFORMACIÓN FINANCIERA RELATIVA AL ACTIVO Y EL PASIVO DEL EMISOR, POSICIÓN FINANCIERA Y PÉRDIDAS Y BENEFICIOS

20.1. Información financiera histórica

Estados financieros consolidados oficiales

Presentamos a continuación los Estados Financieros Consolidados y Auditados de Indo correspondientes a las Cuentas Anuales oficiales de los ejercicios anuales terminados a 31 de Diciembre de 2005, 2006 y 2007.

La información referida de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF").

Estados Financieros Consolidados correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

ACTIVO (miles de euros)	2007	2006	2005
ACTIVO NO CORRIENTE	70.226	72.135	55.586
Fondo de comercio	2.123	5.445	5.317
Activos intangibles	1.738	2.407	2.144
Inmovilizado material	45.134	43.381	30.742
Activos financieros	12.156	10.427	7.965
Activos por impuestos diferidos	7.169	8.610	8.238
Inv. en sociedades por puesta en equivalencia	146	278	0
Otros activos no corrientes	1.760	1.587	1.180
ACTIVO CORRIENTE	77.412	85.554	84.501
Existencias	31.667	30.969	30.865
Deudores comerciales y otros	39.628	48.973	46.527
Activos por impuestos corrientes	1.879	1.430	1.356
Otros activos corrientes	342	0	0
Inversiones financieras corrientes	1.172	1.221	1.105
Efectivo y medios equivalentes	2.388	2.293	4.288
Activos mantenidos para la venta	336	668	360
TOTAL ACTIVO	147.638	157.689	140.087
PASIVO (miles de euros)	2007	2006	2005
PATRIMONIO NETO	39.555	53.085	51.974
Capital suscrito	11.130	11.130	11.130
Acciones propias	0	0	(1.159)
Prima de emisión	5.520	5.520	5.520
Reservas de revalorización	0	1.244	1.244
Otras reservas de la Sociedad Dominante	17.048	15.076	11.943
Reservas de consolidación	17.713	19.038	15.476
Reservas de primera aplicación	(454)	(454)	(454)
Diferencias de conversión	(599)	(450)	(283)
Beneficio del ejercicio	(11.134)	805	7.627
Dividendo a cuenta	0	(890)	(557)
Patrimonio neto atribuible a los accionistas de la Sociedad Dominante	39.224	51.019	50.487
Intereses minoritarios	331	2.066	1.487
PASIVO NO CORRIENTE	32.722	34.055	22.421
Ingresos diferidos	80	153	9
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	20.277	22.649	20.353
Pasivos por impuestos diferidos	108	222	107
Provisiones no corrientes	1.196	1.397	1.931
Otros pasivos no corrientes	11.061	9.634	21
PASIVO CORRIENTE	75.361	70.549	65.692
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	37.649	31.770	23.965
Acreedores comerciales	26.898	28.616	27.747
Pasivos por impuestos corrientes	2.238	2.664	2.869
Otros pasivos corrientes	6.176	4.822	6.574
Provisiones corrientes	2.400	2.677	4.537
TOTAL PASIVO	147.638	157.689	140.087

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2005, 2006 y 2007

Estados Financieros Consolidados correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

Cuenta de Pérdidas y Ganancias (miles de euros)	2007	2006	2005
Importe neto cifra de negocios	141.650	145.167	144.660
Variaciones existencias productos terminados y en curso	272	937	252
Otros ingresos	4.607	5.728	3.923
Ingresos de explotación	146.529	151.833	148.835
Aprovisionamientos	(45.891)	(49.343)	(51.257)
Margen Bruto (1)	100.638	102.490	97.578
Gastos de personal	(51.987)	(51.991)	(55.961)
Otros gastos de explotación	(40.905)	(38.474)	(35.792)
EBITDA (2)	7.746	12.025	5.825
Amortizaciones	(5.328)	(5.619)	(4.893)
Beneficio consolidado de explotación	2.418	6.405	932
Beneficios netos por venta de inmovilizado	18	2.225	15.355
Gastos reestructuración	(4.413)	(4.477)	(9.069)
Resultados por deterioro de activos	(4.068)	0	(53)
Ingresos financieros	2.731	1.203	1.303
Gastos financieros	(6.198)	(4.775)	(2.913)
Participaciones en beneficios	(164)	(32)	0
Beneficio antes de impuestos procedentes de las actividades ordinarias	(9.676)	549	5.555
Impuesto sobre las ganancias	(1.398)	294	1.913
Beneficio consolidado neto procedente de operaciones continuadas	(11.074)	843	7.468
Resultado por discontinuidad de operaciones	0	0	0
Resultado atribuido a intereses minoritarios	(60)	(38)	159
Beneficio neto del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	(11.134)	805	7.627

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2005, 2006 y 2007

(1) Calculado como Ingresos de Explotación menos aprovisionamientos

(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

Cambios en las políticas contables

En el ejercicio 2007, el Grupo Indo decidió modificar el criterio de contabilización de los gastos comerciales incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas y grupos de compra y contabilización de los accionistas minoritarios de Indelor Lens Thailand Co. Ltd. Dicha decisión no representó cambios significativos en los Estados Financieros formulados en los ejercicios 2005 y 2006, pero a efectos de comparación de la información, los epígrafes afectados han sido reexpresados.

Los Estados Financieros reexpresados 2006 han sido realizados por Indo y revisados por el auditor de la Compañía representando la columna comparativa del ejercicio 2007 en las Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007. Asimismo, los estados financieros 2005 también han sido reexpresados bajo dichos criterios contables, constituyendo el balance de apertura del ejercicio 2006.

- o Gastos incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas o grupos de compra

En años anteriores, los gastos de mediación comercial incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas o grupos de compra se consideraban como rappels de venta, emitiendo Indo las notas de abono correspondientes a los respectivos clientes y minorando por tanto la cifra de negocios. A partir de 2007, son los clientes quienes facturan a Indo en concepto de estos gastos de colaboración e Indo registra estos gastos bajo el epígrafe "otros gastos de explotación" de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.

Las Cuentas de Resultados de los ejercicios 2005 y 2006 han sido reexpresadas en estos términos a efectos de ser comparables con el ejercicio 2007.

(miles de euros)	Cifra de negocio			Gastos externos		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Cifra oficial	141.650	145.167	144.660	40.905	38.474	35.792
Colaboración con asociaciones	-	3.222	5.663	-	3.222	5.663
Cifra reexpresada	141.650	148.389	150.323	40.905	41.696	41.455

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(miles de euros)	Lentes			Gafas			Bienes de equipo			Consolidado		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Cifra de negocios oficial	70.915	75.315	76.250	31.251	31.393	29.264	39.484	38.459	39.146	141.650	145.167	144.660
Colaboración con asociaciones	-	2.215	4.430	-	790	1.072	-	217	161	-	3.222	5.663
Cifra de negocios reexpresada	70.915	77.530	80.680	31.251	32.183	30.336	39.484	38.676	39.307	141.650	148.389	150.323

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Este cambio en la contabilización de los gastos comerciales incurridos en colaboración con asociaciones de ópticas o grupos de compra, supuso registrar, en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada 2005 y 2006, una cifra de "gastos externos" (epígrafe incluido en la partida de otros gastos de explotación) un 15,8% y un 8,37% superior a la cifra de negocios oficial, respectivamente. En consecuencia, registró un importe de "cifra de negocios" un 3,9% y un 2,2% mayor a la cifra de negocios oficial, respectivamente. Este cambio de política contable no supuso variaciones en el resultado de explotación (Ebit).

La cifra de colaboración con asociaciones en 2006 es menor que en 2005, ya que el cambio de política contable anteriormente descrito se implantó a mediados de 2006.

- o Accionistas minoritarios de Indelor Lens Thailand

Los dos accionistas minoritarios de la sociedad Indelor Lens Thailand Co. Ltd. mantienen una opción de venta sobre las acciones que poseen de dicha sociedad, cuya ejecución puede materializarse durante el período comprendido entre el 1 de Enero de 2008 y 31 de Diciembre de 2010. Por otra parte, Indo Internacional, S.A. mantiene a su vez una opción de compra de dichas acciones en los mismos plazos descritos anteriormente.

En el ejercicio 2007, Indo decidió contabilizar este aspecto de acuerdo a las NICs 27, 32 y 39, procediendo a registrar la deuda comprometida que supone el ejercicio de las potenciales opciones de venta y compra cruzadas. En este sentido, de acuerdo con la

NIC 8, se ha procedido a reexpresar los Estados Financieros del ejercicio 2005 y 2006 de forma que los principales epígrafes afectados por dicha reexpresión son los siguientes:

(miles de euros)	Reservas de consolidación			Intereses minoritarios			Otros pasivos no corrientes			Gastos financieros			Rtdo. Atrib. a intereses minoritarios		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Cifra oficial	17.713	19.038	15.476	331	2.066	1.487	11.061	9.634	21	(6.198)	(4.775)	(2.913)	(60)	(38)	159
Ajustes contables	-	(162)	(232)	-	(1.750)	(1.178)	-	2.011	1.638	-	(103)	(1.862)	-	4	(228)
Cifra reexpresada	17.713	18.876	15.244	331	316	309	11.061	11.645	1.659	(6.198)	(4.878)	(4.775)	(60)	(34)	(69)

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

Este cambio en la política contable supuso registrar, en el Balance de Situación Consolidado 2005 y 2006, una mayor deuda comprometida que suponía el ejercicio de las potenciales opciones de compra ("otros pasivos no corrientes"), impactado negativamente los fondos propios de la Compañía. Este cambio de política contable no supuso variaciones en el total activo y pasivo del Balance de Situación Consolidado. Asimismo, dicho cambio supuso registrar en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada 2005 y 2006, el correspondiente gasto financiero asociado a la mayor deuda y contabilizar un menor resultado atribuible a intereses minoritarios, suponiendo un impacto en el resultado neto del ejercicio 2005 y 2006. El resultado neto reexpresado del ejercicio 2006 fue un 12,3% inferior al registrado en las Cuentas Anuales oficiales 2006 y el resultado neto reexpresado 2005 un 3% inferior al registrado en las Cuentas Anuales oficiales 2005.

Este aspecto ha supuesto la reexpresión del Estado de Flujos de Efectivo, el Estado de Cambios del Patrimonio Neto, así como el desglose de la información por segmentos.

Estados financieros consolidados reexpresados

a) Balance de Situación Consolidado

Presentamos a continuación el Balance de Situación consolidado reexpresado para el periodo 2005-2007, con el objetivo de presentar una imagen comparativa del Balance de Situación.

La información referida de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF"):

Estados Financieros Consolidados correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

ACTIVO (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Total Activo		
						2007	2006	2005
ACTIVO NO CORRIENTE	70.226	(2,6%)	72.135	29,8%	55.586	47,6%	45,7%	39,7%
Fondo de comercio	2.123	(61,0%)	5.445	2,4%	5.317	1,4%	3,5%	3,8%
Activos intangibles	1.738	(27,8%)	2.407	12,3%	2.144	1,2%	1,5%	1,5%
Inmovilizado material	45.134	4,0%	43.381	41,1%	30.742	30,6%	27,5%	21,9%
Activos financieros	12.156	16,6%	10.427	30,9%	7.965	8,2%	6,6%	5,7%
Activos por impuestos diferidos	7.169	(16,7%)	8.610	4,5%	8.238	4,9%	5,5%	5,9%
Inv. en sociedades por puesta en equivalencia	146	(47,5%)	278	-	0	0,1%	0,2%	-
Otros activos no corrientes	1.760	10,9%	1.587	34,5%	1.180	1,2%	1,0%	0,8%
ACTIVO CORRIENTE	77.412	(9,5%)	85.554	1,2%	84.501	52,4%	54,3%	60,3%
Existencias	31.667	2,3%	30.969	0,3%	30.865	21,4%	19,6%	22,0%
Deudores comerciales y otros	39.628	(19,1%)	48.973	5,3%	46.527	26,8%	31,1%	33,2%
Activos por impuestos corrientes	1.879	31,4%	1.430	5,5%	1.356	1,3%	0,9%	1,0%
Otros activos corrientes	342	-	0	-	0	0,2%	-	-
Inversiones financieras corrientes	1.172	(4,0%)	1.221	10,5%	1.105	0,8%	0,8%	0,8%
Efectivo y medios equivalentes	2.388	4,1%	2.293	(46,5%)	4.288	1,6%	1,5%	3,1%
Activos mantenidos para la venta	336	(49,7%)	668	85,6%	360	0,2%	0,4%	0,3%
TOTAL ACTIVO	147.638	(6,4%)	157.689	12,6%	140.087	100,0%	100,0%	100,0%
PASIVO (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% sobre Total Pasivo		
						2007	2006	2005
PATRIMONIO NETO	39.555	(22,6%)	51.074	1,5%	50.336	26,8%	32,4%	35,9%
Capital suscrito	11.130	0,0%	11.130	0,0%	11.130	7,5%	7,1%	7,9%
Acciones propias	0	-	0	(100,0%)	(1.159)	-	-	(0,8%)
Prima de emisión	5.520	0,0%	5.520	0,0%	5.520	3,7%	3,5%	3,9%
Reservas de revalorización	0	(100,0%)	1.244	0,0%	1.244	-	0,8%	0,9%
Otras reservas de la Sociedad Dominante	17.048	13,1%	15.076	26,2%	11.943	11,5%	9,6%	8,5%
Reservas de consolidación	17.713	(6,2%)	18.876	23,8%	15.244	12,0%	12,0%	10,9%
Reservas de primera aplicación	(454)	(0,1%)	(454)	0,0%	(454)	(0,3%)	(0,3%)	(0,3%)
Diferencias de conversión	(599)	33,1%	(450)	59,0%	(283)	(0,4%)	(0,3%)	(0,2%)
Beneficio del ejercicio	(11.134)	-	706	(90,5%)	7.399	(7,5%)	0,4%	5,3%
Dividendo a cuenta	0	(100,0%)	(890)	59,8%	(557)	-	(0,6%)	(0,4%)
Patrimonio neto atribuible a los accionistas de la Sociedad Dominante	39.224	(22,7%)	50.758	1,5%	50.027	26,6%	32,2%	35,7%
Intereses minoritarios	331	4,7%	316	2,3%	309	0,2%	0,2%	0,2%
PASIVO NO CORRIENTE	32.722	(9,3%)	36.066	49,9%	24.059	22,2%	22,9%	17,2%
Ingresos diferidos	80	(47,7%)	153	1600,0%	9	0,1%	0,1%	0,0%
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	20.277	(10,5%)	22.649	11,3%	20.353	13,7%	14,4%	14,5%
Pasivos por impuestos diferidos	108	(51,4%)	222	107,5%	107	0,1%	0,1%	0,1%
Provisiones no corrientes	1.196	(14,4%)	1.397	(27,7%)	1.931	0,8%	0,9%	1,4%
Otros pasivos no corrientes	11.061	(5,0%)	11.645	601,9%	1.659	7,5%	7,4%	1,2%
PASIVO CORRIENTE	75.361	6,8%	70.549	7,4%	65.692	51,0%	44,7%	46,9%
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros	37.649	18,5%	31.770	32,6%	23.965	25,5%	20,1%	17,1%
Acreedores comerciales	26.898	(6,0%)	28.616	3,1%	27.747	18,2%	18,1%	19,8%
Pasivos por impuestos corrientes	2.238	(16,0%)	2.664	(7,1%)	2.869	1,5%	1,7%	2,0%
Otros pasivos corrientes	6.176	28,1%	4.822	(26,7%)	6.574	4,2%	3,1%	4,7%
Provisiones corrientes	2.400	(10,3%)	2.677	(41,0%)	4.537	1,6%	1,7%	3,2%
TOTAL PASIVO	147.638	(6,4%)	157.689	12,6%	140.087	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

2006-2007

Activo

El activo consolidado de Indo se redujo de 157,6 millones de euros en 2006 a 147,6 millones de euros en 2007 (-10 millones de euros), principalmente como consecuencia de la reducción del activo corriente que descendió hasta 77,4 millones de euros desde los 85,5

millones de euros registrados en 2006 (-8,1 millones de euros). Esta disminución fue debida principalmente a la reducción de la partida de deudores comerciales y otros en el ejercicio 2007 fruto del cobro de 7,6 millones de euros procedentes de la salida del edificio de la antigua sede, en L'Hospitalet de Llobregat.

En cuanto al activo no corriente, destacar la reducción del fondo de comercio a 2,1 millones de euros en 2007 respecto a 5,4 millones de euros en 2006 (-3,3 millones de euros), como resultado de registrar en 2007 el deterioro del valor de las filiales de Alemania e Italia. En el caso alemán, la Compañía decidió registrar el deterioro del fondo de comercio de la filial, lo que provocó un ajuste contable en la Cuenta de Resultados por importe de 3,16 millones de euros. En el caso italiano, se decidió proceder al ajuste contable del fondo de comercio por importe de 0,16 millones de euros, mientras se estudian alternativas estratégicas para dicho negocio, que serán implementadas a lo largo del 2008. A 31 de Diciembre de 2007, el fondo de comercio remanente correspondía prácticamente en su totalidad a la filial Optical Equipment Group.

Asimismo, destacar el incremento de la partida de activos financieros como resultado del aumento de créditos concedidos a clientes (ópticas), que alcanzó la cifra de 12,1 millones de euros en el ejercicio 2007 frente a 10,4 millones de euros registrados en 2006 (+1,7 millones de euros).

Indo contabilizó en ejercicios anteriores créditos fiscales derivados de las bases imponibles negativas generadas en 1999, 2002, 2006 y 2007, susceptibles de ser compensadas con los beneficios que puedan obtenerse en los ejercicios siguientes, dentro de los plazos legalmente establecidos (vencimiento en 15 años). Los correspondientes importes y plazos máximos de compensación de los créditos fiscales pendientes de compensar a 31 de Diciembre de 2007, por sociedades, son los siguientes:

(miles de euros)	Total Acreditado	Tipo impositivo	Cred. Fiscal	Activado	Pendiente	Vencimiento					
						2007	2008	2009	2010	+2011	Ilimitado
Grupo Nacional	36.233	30,0%	10.870	6.397	4.473	-	-	-	-	10.870	-
Inviva Eyewear S.A.	89	25,0%	22	14	8	-	-	-	-	22	-
Indo Maroc, S.A.	1.357	16,9%	229	-	229	-	-	-	-	229	-
Indo Chile de Optica, Ltda.	1.845	17,0%	314	-	314	-	-	-	-	-	314
Indo Italia, S.R.L.	1.692	33,0%	558	-	558	-	70	21	182	285	-
Indo France, S.A.	1.579	15% hasta BI =38.120€ y 33,33% (BI - 38.120€)	505	-	505	-	-	-	-	-	505
Indo Lens US, INC.	1.689	35,0%	591	-	591	-	-	-	-	591	-
Optical Equipment Group LLC	234	35,0%	82	-	82	-	-	-	-	82	-
Total	44.718		13.171	6.411	6.761	-	70	21	182	12.079	819

Fuente: Cuentas Anuales Auditadas Consolidadas 2007 y la Compañía

Los créditos fiscales a 31 de Diciembre de 2007 pendientes de compensar ascienden a 13,17 millones de euros, de las cuales corresponden a España 10,87 millones de euros (80,98% del total).

Los créditos fiscales correspondientes a Werner Schulz GMBH & Co KG han sido eliminados a 2007 al estimar la Compañía la no recuperabilidad de las mismas.

La Compañía no ha contabilizado el crédito fiscal derivado de las pérdidas obtenidas en el ejercicio 2007, ya que existen créditos fiscales pendientes de activar, cuya recuperabilidad no se estima, por prudencia, a corto plazo. A 31 de Diciembre de 2007, los créditos fiscales pendientes de ser activados ascendieron a 6,7 millones de euros (51,33% del total de crédito fiscal).

Asimismo, a 31 de Diciembre de 2007, la Compañía cuenta con unas deducciones no activadas por prudencia, por importe de 13,92 millones de euros, de las cuales 8,38 millones de euros, son deducciones por I+D+it.

Indo ha preparado un plan de negocio para cada una de las sociedades para evaluar la recuperabilidad de todas las actividades realizadas.

Pasivo

En cuanto al pasivo, cabe destacar la reducción del patrimonio neto del Grupo, que pasó de 51 millones de euros en 2006 a 39,5 millones de euros en 2007 (-11,5 millones de euros). Este descenso se explica por las pérdidas de 11,1 millones de euros registradas en 2007, motivadas principalmente por la bajada de las ventas en un 4,5% como consecuencia de la entrada de competencia asiática en productos de bajo valor añadido, la contabilización del deterioro del fondo de comercio de la filial alemana (Werner Schulz) e italiana (Indo Italia) y por el proceso de reestructuración realizado por la Compañía en este ejercicio, que supuso la contabilización de gastos extraordinarios por importe de 4,4 millones de euros.

Por otro lado, el pasivo no corriente se situó en 2007 en 32,7 millones de euros frente a 36 millones de euros de 2006 (-3,3 millones de euros). Este decremento atiende a la reducción de la partida de deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros que pasó de 22,6 en 2006 a 20,2 millones de euros en 2007 (-2,4 millones de euros) y a la reducción de la partida de arrendamiento financiero de los edificios de Sant Cugat, como consecuencia del pago anual de la cuota.

Finalmente, el pasivo corriente experimentó un crecimiento importante situándose en 75,3 millones de euros en 2007 frente a 70,5 millones de euros de 2006 (+ 4,8 millones de euros), como consecuencia del incremento de la deuda con entidades de crédito a corto plazo. En el ejercicio 2007, la Compañía incrementó la deuda financiera a corto plazo por importe de 3 millones de euros para financiar necesidades de circulante a corto plazo. Dicha deuda se canceló en Febrero de 2008 con el cobro de la venta del edificio de Sant Cugat.

En 2007, la Compañía decidió reducir el endeudamiento a través de la desinversión de activos patrimoniales no estratégicos. En dicha línea, y con posterioridad al cierre del ejercicio, la Compañía firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra, venta de instalaciones y posterior arrendamiento de la sede central de la empresa en Sant Cugat por un importe total de 16,7 millones de euros (importe que incluye principalmente el precio pagado al antiguo propietario y las inversiones en mejora de las instalaciones, entre otros conceptos). Dicha transacción supuso una reducción del activo material neto en 11,3 millones de euros y una reducción del endeudamiento asociado al valor de la opción de compra de 9,5 millones de euros, que se encuentra reportado en los epígrafes "otros pasivos corrientes" y "otros pasivos no corrientes", así como el cobro de 6 millones de euros por la venta de las instalaciones (principalmente obras de mejora realizadas en el edificio).

A 31 de Diciembre de 2007, el valor neto contable total de los bienes afectos a garantías hipotecarias ascendía a 2,3 millones de euros. A fecha de verificación del presente Documento de Registro, todas las garantías hipotecarias están económicamente y

registralmente canceladas, a excepción de la garantía hipotecaria de la planta de Vilafant (Girona) que se encuentra pendiente de cancelación registral.

Indo ha realizado una valoración de los inmuebles de su propiedad en España que se muestra en el apartado 8.2. del presente Documento de Registro.

2005-2006

Activo

El activo consolidado de Indo a 31 de Diciembre de 2006 ascendió a 157,6 millones de euros frente a 140,1 millones de euros de 2005 (+17,5 millones de euros), como consecuencia del incremento del activo no corriente.

En 2006, el activo no corriente se situó en 72,1 millones de euros frente a 55,5 millones de euros de 2005 (+16,6 millones de euros), principalmente como consecuencia de los siguientes factores:

1. Incremento del inmovilizado material que se situó en 43,3 millones de euros en 2006 frente a 30,7 millones registrado en 2005 (+12,6 millones de euros). Este incremento se debe a las inversiones en inmovilizado material realizadas por Indo durante el periodo 2005-2006 y entre las que destacan las siguientes:
 - a. Firma del contrato de opción de compra del edificio en Sant Cugat, ejercitable a partir de Febrero de 2009, y contrato de arrendamiento del mismo edificio, desde Julio de 2006 hasta Febrero 2009. Una vez iniciado el arrendamiento, la Compañía consideró que dicho contrato cumplía con determinadas condiciones exigidas por la NIC 17 por su consideración como arrendamiento financiero, por lo que procedió a la activación de los terrenos y construcciones a los que hace referencia dicho contrato por importe de 11,3 millones de euros y de los pasivos corrientes y no corrientes por importe de 9,5 millones de euros, respectivamente.
 - b. Adquisición del 75% de la sociedad alemana Werner Schulz GMBH&Co KG por 2,5 millones de euros, del 19,32% de la sociedad Indo Italia S.R.L por 1,2 millones de euros, de un 2,5% de Indo Lens US Inc, y aumento de participación en la empresa italiana Diamonex CB Medical (posteriormente denominada Indo Italia S.R.L.).
 - c. Inversiones en acondicionar y mejorar los procesos productivos de la planta productiva de lentes de Tailandia (0,57 millones de euros) y el laboratorio de El Papiol (1,65 millones de euros) y la sede central de Sant Cugat (2,5 millones de euros)
2. Incremento de los activos financieros, que pasó de 7,9 millones en 2005 a 10,4 millones de euros en 2006 (+2,5 millones de euros), principalmente fruto del incremento de la partida de "Créditos a clientes", que atiende a una serie de créditos otorgados a ópticas, en su gran mayoría en España, con el objetivo de fidelizar y apoyar la expansión de sus negocios.

En 2006, el activo corriente se situó en 85,5 millones de euros frente a 84,5 millones de euros registrados en 2005 (+1 millón de euros), principalmente como consecuencia del incremento de la partida de deudores comerciales, que pasó de 46,5 millones de euros en 2005 a 48,9 millones en 2006 (+2,4 millones de euros). Asimismo, cabe destacar el descenso de la partida de efectivo que se redujo hasta 2,2 millones de euros frente a 4,2 millones registrados en 2005 (-2 millones de euros).

Pasivo

En cuanto al pasivo, los principales movimientos experimentados en 2006 fueron el incremento del pasivo no corriente que pasó de 24 millones de euros en 2005 a 36 millones de euros en 2006 (+12 millones de euros) y el incremento del pasivo corriente que ascendió a 70,5 millones de euros en 2006 frente a los 65,6 millones de euros registrados en 2005 (+4,9 millones de euros).

Tal y como se ha descrito en la evolución del activo, el incremento del pasivo no corriente fue resultado de la contabilización del arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat, registrado, principalmente, en la partida de "pasivos no corrientes". En 2006, la partida de pasivos no corrientes ascendió a 11,6 millones de euros frente a 1,6 millones de euros de 2005 (+10 millones de euros).

Finalmente, el pasivo corriente experimentó un crecimiento importante situándose en 70,5 millones de euros en 2006 frente a 65,6 millones de euros de 2005 (+4,9 millones de euros). La partida que presentó un mayor crecimiento en el pasivo corriente fue deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros que pasó de 23,9 millones de euros en 2005 a 31,7 millones en 2006 (+7,86 millones de euros). Se detallan a continuación las principales causas del incremento de financiación:

- Financiación de las inversiones realizadas a lo largo de los últimos años con el fin de actualizar las instalaciones del negocio, especialmente en la planta de Tailandia, el laboratorio de El Papiol y la sede central de Sant Cugat.
- Traslado de la sede de L'Hospitalet de Llobregat a la nueva sede de Sant Cugat.
- Financiación otorgada a las ópticas (créditos a clientes).

b) Aportación de cada sociedad a los Resultados y Reservas Consolidados

A continuación se muestra la aportación de cada sociedad incluida en el perímetro de consolidación a los resultados consolidados y a las reservas de consolidación del Grupo Indo en el ejercicio 2007.

Ejercicio 2007 (miles de euros)	Aportación a Resultados consolidados	Aportación a Reservas de consolidación
Industrias de Óptica, S.A.U.	(5.175)	(11.748)
Inviva Eyewear, S.A.	(37)	514
Sedosa Portugal, S.A.	380	(149)
Indo Maroc, S.A.	(770)	(572)
Suzhou Indo Optical Spectacles Co. Ltd.	458	(2.615)
Indo France, S.A.	(334)	(516)
Indo Chile de Optica Ltda.	(216)	(1.871)
Indo Lens US, INC	(296)	(1.991)
Indelcor Lens (Thailand) Co. Ltd	180	(1.350)
Indo Italia, S.R.L.	(561)	(1.544)
Werner Schulz GmbH & Co KG	(885)	(1.693)
Optical Equipment Group LLC	60	(142)
Vogartline España, S.A.	(164)	(32)
Indo Internacional ⁽¹⁾	(3.714)	0
Ajustes y eliminaciones de consolidación	0	41.422
TOTAL	(11.074)	17.713

(1) Incluye ajustes de consolidación

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas del ejercicio 2007

El resultado negativo de Industrias de Óptica S.A.U. registrado en el ejercicio 2007 se debió a los resultados insuficientes alcanzados en el mercado español, como consecuencia de diversos factores, entre los que destaca la entrada de productos procedentes de Asia de bajo valor añadido a precios muy competitivos, el anuncio de la pérdida de la distribución de Lacoste (grupo L'Amey) y el traspaso de las colecciones Sting y Givenchy a Vogartline, con la consecuente pérdida de la distribución de estas marcas. Para un mayor detalle de estos factores, ver apartado 6.1.1 y 6.2 del presente Documento.

Por otro lado, Indo Internacional S.A. (sociedad individual) registró pérdidas en 2007, como consecuencia de los ajustes de consolidación por depreciación de la cartera de las filiales alemana e italiana, así como consecuencia de una disminución de la cifra de negocios, fruto de la salida de la sede de L'Hospitalet, donde la sociedad individual era propietaria de los inmuebles de la Compañía sitios allí y facturaba un alquiler a las diferentes compañías del Grupo que hacían uso del mismo.

c) Cuenta de resultados consolidada

Presentamos a continuación la Cuenta de Resultados consolidada reexpresada para el periodo 2005-2007, con el objetivo de presentar una imagen comparativa de la Cuenta de Resultados.

La información referida de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 se formula bajo las normas internacionales de información financiera adoptadas por la Unión Europea ("NIIF"):

Estados Financieros Consolidados correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

Cuenta de Pérdidas y Ganancias (miles de euros)	2007	% var. 07-06	2006	% var. 06-05	2005	% s/Cifra de negocios		
						2007	2006	2005
Importe neto cifra de negocios	141.650	(4,5%)	148.389	(1,3%)	150.323	-	-	-
Variaciones existencias productos terminados y en curso	272	(71,0%)	937	272,0%	252	0,2%	0,6%	0,2%
Otros ingresos	4.607	(19,6%)	5.728	46,0%	3.923	3,3%	3,9%	2,6%
Ingresos de explotación	146.529	(5,5%)	155.055	0,4%	154.498	103,4%	104,5%	102,8%
Aprovisionamientos	(45.891)	(7,0%)	(49.343)	(3,7%)	(51.257)	(32,4%)	(33,3%)	(34,1%)
Margen Bruto (1)	100.638	(4,8%)	105.712	2,4%	103.241	71,0%	71,2%	68,7%
Gastos de personal	(51.987)	(0,0%)	(51.991)	(7,1%)	(55.961)	(36,7%)	(35,0%)	(37,2%)
Otros gastos de explotación	(40.905)	(1,9%)	(41.696)	0,6%	(41.455)	(28,9%)	(28,1%)	(27,6%)
EBITDA (2)	7.746	(35,6%)	12.025	106,4%	5.825	5,5%	8,1%	3,9%
Amortizaciones	(5.328)	(5,2%)	(5.619)	14,8%	(4.893)	(3,8%)	(3,8%)	(3,3%)
Beneficio consolidado de explotación	2.418	(62,3%)	6.405	587,5%	932	1,7%	4,3%	0,6%
Beneficios netos por venta de inmovilizado	18	(99,2%)	2.225	(85,5%)	15.355	0,0%	1,5%	10,2%
Gastos reestructuración	(4.413)	(1,4%)	(4.477)	(50,6%)	(9.069)	(3,1%)	(3,0%)	(6,0%)
Resultados por deterioro activos	(4.068)	-	0	(100,0%)	(53)	(2,9%)	0,0%	(0,0%)
Ingresos financieros	2.731	127,0%	1.203	(7,7%)	1.303	1,9%	0,8%	0,9%
Gastos financieros	(6.198)	27,1%	(4.878)	67,5%	(2.913)	(4,4%)	(3,3%)	(1,9%)
Participaciones en beneficios	(164)	412,5%	(32)	-	0	(0,1%)	(0,0%)	0,0%
Beneficio antes de impuestos procedentes de las actividades ordinarias	(9.676)	-	446	(92,0%)	5.555	(6,8%)	0,3%	3,7%
Impuesto sobre las ganancias	(1.398)	-	294	(84,6%)	1.913	(1,0%)	0,2%	1,3%
Beneficio consolidado neto procedente de operaciones continuadas	(11.074)	-	740	(90,1%)	7.468	(7,8%)	0,5%	5,0%
Resultado por discontinuidad de operaciones	0	-	0	-	0	0,0%	0,0%	0,0%
Resultado atribuido a interes minoritarios	(60)	76,5%	(34)	(50,7%)	(69)	(0,0%)	(0,0%)	(0,0%)
Beneficio neto del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	(11.134)	(1676,2%)	706	(90,5%)	7.399	(7,9%)	0,5%	4,9%

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

(1) Calculado como Ingresos de Explotación menos aprovisionamientos

(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

Análisis de la Cuenta de Resultados Consolidada

Cifra de negocios

Indo cerró el ejercicio 2007 con un importe de la cifra de negocios de 141,6 millones de euros frente a los 148,3 millones registrados en 2006, lo que supone un descenso del 4,5%. Esta reducción de la cifra de negocios se produjo por el descenso de la cifra de negocios de la unidad de Lentes (-8,5%) y Gafas (-2,9%). La unidad de Bienes de equipo registró un crecimiento del 2,1% respecto el año 2006.

La cifra de negocios consolidada en 2006 presentó un descenso del 1,3% respecto la cifra de negocios registrada en 2005 de 150,3 millones de euros.

Para mayor detalle y comprensión sobre la evolución de la cifra de negocios, ver el apartado 9.2 del presente Documento de Registro.

Otros ingresos

La partida de otros ingresos corresponde principalmente a facturaciones a clientes por la contraprestación de servicios varios (recuperación de los portes, comisiones, etc.) y venta de material publicitario para el punto de venta (catálogos, displays, etc.), así como ingresos por subvenciones y recuperaciones de importes dotados como gastos en otros ejercicios (como por ejemplo, la recuperación de los saldos de clientes de una filial en Bélgica que cerraron años atrás). En el ejercicio 2007, estos ingresos significaron 4,6 millones de euros, frente a los 5,7 millones de euros registrados en 2006 (-19,6%). Esta reducción se explica por la disminución de los ingresos por servicios varios facturados a clientes y por las menores subvenciones recibidas en este ejercicio. También en el

ejercicio 2006 se consiguieron recuperar saldos de clientes, totalmente dotados con anterioridad.

Margen Bruto

Durante el periodo 2005-2007, el margen bruto sobre el total de ingresos de Indo evolucionó al alza pasando de representar en 2005 un 68,7% a un 71% en 2007. La mejora de margen bruto fue resultado de la implantación por parte de la Compañía de medidas dirigidas a optimizar las fuentes de aprovisionamiento (mejora de las condiciones comerciales con proveedores asiáticos) y a mejorar el mix de venta de productos, potenciando la venta de productos de mayor margen.

A pesar de la reducción de la partida de aprovisionamientos, el margen bruto en 2007 se situó en 100,6 millones de euros frente a 105,7 registrados en 2006 (-4,8%), como consecuencia del descenso de la cifra de negocios en un 4,5%.

Gastos de explotación

Durante el periodo 2005-2007, la Compañía llevó a cabo una política de contención de gastos de estructura y otros gastos de explotación, con el objetivo de mejorar sus resultados. Con ello consiguió reducir los gastos de personal y los otros gastos de explotación de 97,4 millones de euros en 2005 a 92,89 millones de euros en 2007 (incluida la inflación). Para mayor detalle, ver el apartado 9.2 del presente Documento de Registro.

Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos – Ebitda

A pesar de la mejora del margen bruto sobre el total de ingresos de Indo y la contención en costes de explotación, la cifra de Ebitda de la Compañía en 2007 se situó en 7,7 millones de euros respecto a los 12 millones de euros registrados en el ejercicio anterior (-35,6%), como consecuencia de la menor cifra de negocios.

Resultado de explotación - Ebit

Las amortizaciones evolucionaron al alza debido a las mayores inversiones realizadas a lo largo de los últimos tres ejercicios (para mayor detalle, ver apartado 5.2.1 del presente Documento de Registro).

Sin embargo, pese a la contención de costes mantenida por la Compañía en 2006 y 2007, la reducción de la cifra de negocios en un 4,5% en 2007 y los resultados insuficientes en los negocios de lentes en Italia, Alemania y Estados Unidos (ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro) provocaron que el Ebit de la Compañía se redujese a 2,4 millones de euros en 2007 frente a 6,4 millones registrados en 2006, lo que supuso una reducción del 62,3%.

Como combinación de la contención en costes de estructura y de materia prima, el resultado de explotación (Ebit) de la Compañía alcanzó la cifra de 6,4 millones de euros en el 2006, comparado con 0,9 millones de euros en el 2005 (+5,5 millones de euros).

Gastos de carácter no recurrente

Los gastos de carácter no recurrente incluyen los resultados netos por venta de inmovilizado, los gastos de reestructuración y los resultados por deterioro de activos.

En el ejercicio 2007, estos gastos ascendieron a 8,46 millones de euros, de los cuales 4,4 millones de euros fueron gastos de reestructuración, 4 millones de euros fueron por deterioro de activos y el resto beneficio por venta de inmovilizado.

En el ejercicio 2006, estos gastos de carácter no recurrente fueron considerablemente inferiores, ascendiendo a 2,25 millones de euros. Se incluyeron en este importe unos gastos de reestructuración de 4,47 millones de euros que fueron parcialmente compensados por un beneficio por venta de inmovilizado por valor de 2,22 millones de euros.

En el ejercicio 2005, los gastos de carácter no recurrente ascendieron a 6,2 millones de euros. Los gastos de reestructuración ascendieron a 9 millones de euros que fueron compensados por un beneficio por venta de inmovilizado de 15,3 millones de euros. Asimismo, se registró una pérdida por deterioro de activos de 53 miles de euros.

- Beneficios netos por venta de inmovilizado

En el ejercicio 2007, no se consiguieron materializar plusvalías significativas por enajenación de activos no productivos. En el ejercicio 2006, se generó una plusvalía por valor de 2,22 millones de euros producido por la venta de los terrenos y construcciones de Sevilla. En 2005, la venta de los terrenos y construcciones de la sede central de L'Hospitalet generó un beneficio de 15,3 millones de euros.

- Gastos de reestructuración

Durante el periodo 2005-2007, la Compañía llevó a cabo un proceso de reestructuración que supuso un coste total de 17,95 millones de euros y unos ahorros anuales estimados de 7,49 millones de euros, que se están materializando de forma progresiva en las cuentas de resultados del periodo 2006-2009, alcanzándose su totalidad a partir de 2009. Este ahorro supuso una reducción del coste de personal 2005 en un 13,95%. A efectos de realizar esta comparativa, se ha anulado el efecto de la inflación y de los gastos no recurrentes de personal tales como premios de jubilación. A cierre del ejercicio 2007, el ahorro reflejado en las cuentas de resultados 2006-2007 ascendió a 5,79 millones de euros (77,2% del total de ahorro anual estimado).

Asimismo, la reestructuración ha supuesto una baja de personal de 356 personas (20,9% sobre la plantilla a inicio de 2005) que será efectiva durante el periodo 2005-2011. A fecha de verificación del presente Documento de Registro, el número de bajas efectivas asciende a 274 personas (16,1% sobre la plantilla a inicio de 2005), es decir 204 despidos efectivos más 70 bajas por no renovación del contrato en la planta de Vilafant. A cierre del ejercicio 2007, la plantilla de Indo se situó en 1.715 empleados frente a una plantilla de 1.701 personas a inicio de 2005, por lo que la variación neta de personal durante el periodo 2005-2007 fue de 14 personas más (resultado de un total de 1.402 bajas y un total de 1.416 nuevas incorporaciones). Durante el periodo 2005-2007, la mayor parte de las nuevas incorporaciones se realizaron en la planta de Tailandia, donde el coste salarial es

inferior a España, así como en el nuevo laboratorio de El Papiol (Barcelona), donde el personal no tiene antigüedad.

Para mayor detalle sobre el proceso de reestructuración (reorganización de la actividad y abandono de mercados), ver apartado 5.2.1 del presente Documento de Registro.

Reestructuraciones	Coste (1) (miles de euros)	Descripción	Dotación despidos (1)	Despidos efectivos (2)	Ahorro estimado (miles de euros)
Reestructuración 2007	4.413			72	4.998
- Salida de L'Hospitalet	1.123	Dotación personal procedente de la salida de L'Hospitalet	Parte de las 61	18	1.853
- Cierre Marruecos	536	Despido personal, coste de desmontaje y coste salarial del resto de plantilla inactiva durante 3 meses hasta que concluyó la ampliación del laboratorio.	17	17	169
- Cierre Málaga	520	Cierre laboratorio de Málaga en el segundo trimestre de 2008	17	17	326
- Cierre Alemania	614	Provisión por pérdidas de la filial y por cierre de la misma	0	0	822
- Cierre USA	452	Provisión por pérdidas de la filial y por cierre de la misma	0	0	280
- Vilafant	12	Reducción de personal en la planta de Vilafant	7	7	176
- Bajas Vilafant	0	Bajas en la planta de Vilafant por no renovación del contrato	0	0	613
- Reducción estructura	1.156	Reducción personal de estructura en la sede central y redes comerciales	13	13	760
Reestructuración 2006	4.477			102	2.497
- Salida L'Hospitalet	1.669	Dotación personal y abandono de las instalaciones no trasladables	Parte de las 61	35	Incluido en 1.853
- Reducción estructura	2.639	Reducción personal de estructura	30	30	1.448
- Reducción personal Marruecos	170	Reducción personal de la planta productiva de lentes monofocales minerales	37	37	252
- Bajas Vilafant	0	Bajas en la planta de Vilafant por no renovación del contrato	0	0	797
Reestructuración 2005	9.069			30	-
- Salida L'Hospitalet	6.157	Dotación personal procedente de la salida de L'Hospitalet	Parte de las 61	-	Incluido en 1.853
- Cierre Sevilla	1.541	Cierre laboratorio de lentes minerales y orgánicas de Sevilla	30	30	Incluido en 1.853
- Costes trasladados	1.371	Costes traslado de la planta productiva de Vilafant y el laboratorio de L'Hospitalet	-	-	-
TOTAL	17.959		212	204	7.495

Fuente: La Compañía

(1) Datos a cierre del ejercicio

(2) Despidos efectivos fecha de verificación del presente Documento de Registro

A cierre del ejercicio 2007, la dotación por despidos de personal ascendía a 212 personas (12,5% sobre la plantilla a inicio de 2005), de las cuales 204 ya han causado baja efectiva a fecha de verificación del presente Documento. Asimismo, en los ejercicios 2006 y 2007, 70 personas de la planta productiva de Vilafant han causado baja por no renovación del contrato de trabajo. Adicionalmente, el abandono de los mercados de lentes alemán y americano supondrá la baja de 72 personas de la filial alemana (Werner Schulz) y 2 personas de la filial estadounidense (Indo Lens US). Estas bajas no suponen indemnización y se han incluido en el ahorro anual estimado de 7,49 millones de euros.

El plan de reestructuración contaba con diversos programas que supusieron, en el ejercicio 2007, unos gastos de reestructuración por valor de 4,41 millones de euros. Se presenta a continuación el detalle de dichos gastos incurridos en 2007:

1. En 2007 se dotó 1,12 millones de euros como coste de reestructuración de personal procedente de la salida de L'Hospitalet, iniciada en 2005 y que afectó a 108 personas del ámbito productivo (2006-2011), de los cuales un total de las 61 personas recibieron indemnización por despido y 48 recibieron compensación económica por trasladarse a otros centros de la Compañía, en concreto al laboratorio de El Papiol y al almacén regulador de Palau de Plegamans. Destacar que hubo parte de las 61 personas afectadas que, además de recibir indemnización, también recibieron compensación económica por el traslado.

La Compañía pactó un calendario de despido de las 61 personas entre 2006 y 2011. Consecuentemente, la Compañía registró unos gastos de reestructuración asociados al cierre de la planta productiva de L'Hospitalet durante los ejercicios 2005, 2006 y 2007, que corresponden a indemnizaciones que se pagarán durante

el periodo 2006-2011. El calendario de despido asociado a la planta de L'Hospitalet es el siguiente: 35 en el año 2006 y 18 en el 2007. Se prevé que la salida de las 8 personas restantes, cuyos importes ya han sido dotados, se realice durante los años 2009 (2 personas), 2010 (2 personas) y 2011 (4 personas).

La Compañía espera un ahorro total de 1,85 millones asociados al programa de salida de L'Hospitalet (2006-2011), al proceso de concentración de laboratorios en El Papiol y al cierre del laboratorio de Sevilla, éste último descrito con posterioridad en el detalle de gastos de reestructuración del ejercicio 2005. Destacar que el traslado del laboratorio de lentes orgánicas de L'Hospitalet al laboratorio de El Papiol supuso la contratación de nuevas personas, cuyo coste ha sido deducido del ahorro anual estimado.

2. Cierre de la planta de producción de lentes monofocales minerales de Marruecos con el consiguiente despido de personal.
3. Dotación por despido de personal por la previsión de cierre del laboratorio de Málaga en Abril de 2008. En la actualidad, en Málaga se mantienen las oficinas y el almacén de lentes terminadas para dar servicio a Andalucía Oriental.
4. Cierre de la filial alemana y americana al no alcanzar la dimensión suficiente como para hacerlas rentables. En el ejercicio 2007, la filial alemana registró un resultado de exploración (Ebit) de 0,82 millones de euros negativos y la filial americana de 0,28 millones de euros negativos. En Febrero de 2008, la Compañía ha decidido solicitar el procedimiento de insolvencia para la compañía alemana. El cierre de estas filiales supondrá la baja de 72 personas en Alemania y 2 personas en Estados Unidos. Para mayor detalle, ver apartado 6.2 del presente Documento de Registro.
5. Bajas incentivadas en la planta de Vilafant que supuso la salida de 7 personas.
6. Adicionalmente en la planta de Vilafant se redujo el número de temporales, hasta quedar sólo plantilla fija, a 31 de Diciembre de 2007. En el ejercicio 2007, el número de bajas por no renovación del contrato de trabajo ascendió a 31 personas, no suponiendo ningún coste de reestructuración.

En el año 2006, la Compañía incurrió en unos gastos de reestructuración por importe de 4,48 millones de euros. Se presenta a continuación el detalle de los costes registrados en 2006:

1. Dotación adicional de personal por el cierre de la planta productiva y laboratorio de L'Hospitalet, asociado a parte de las 61 personas afectadas. Esta dotación supuso un coste de despido de personal y el abandono de las instalaciones no trasladables, entregadas en la venta del inmueble.
2. Reducción de 37 trabajadores de la planta de producción de lentes monofocales minerales de Marruecos, previo al cierre de la misma.

3. Reducción de estructura de la sede central, que afectó a un total de 30 personas procedentes de actividades no relacionadas con la producción. Estas bajas fueron parcialmente compensadas o cubiertas por 8 nuevas incorporaciones.
4. Reducción de 39 personas de la planta de Vilafant por no renovación del contrato de trabajo, no suponiendo estas bajas ningún coste de reestructuración.

En 2005, la Compañía incurrió en unos gastos de reestructuración por importe de 9,07 millones de euros. Se presenta a continuación el desglose de los mismos:

1. Provisión por despidos de personal del ámbito productivo por la salida de L'Hospitalet.
2. Gastos de traslado (desmontaje, montaje y transporte) procedentes del traslado de la planta productiva de progresivos minerales de L'Hospitalet a Vilafant y del laboratorio de lentes orgánicas y minerales de L'Hospitalet a El Papiol y Bilbao, respectivamente.
3. Cierre del laboratorio de lentes minerales y orgánicas de Sevilla que afectó a 30 personas. Los ahorros se incluyen en los 1,85 millones de euros mencionados en el punto 1 del año 2007. Cabe destacar que el traslado del laboratorio de lentes orgánicas de Sevilla a El Papiol, supuso la contratación de nuevas personas, cuyo coste salarial ha sido deducido en la estimación del ahorro anual.

- Resultados por deterioro de activos

En el ejercicio 2007, la Compañía procedió a registrar el deterioro de los activos por valor de 4,07 millones de euros. Se presenta a continuación los principales motivos:

1. Deterioro del fondo de comercio de las filiales alemana e italiana

En el ejercicio 2007, La Compañía decidió registrar el deterioro del fondo de comercio de la filial alemana e italiana que supuso un coste extraordinario de 3,16 y 0,16 millones de euros respectivamente. La Compañía está estudiando alternativas estratégicas para su filial italiana, que serán implantadas a lo largo del ejercicio 2008, tal y como se ha explicado en el apartado 6.1.1 del presente Documento de Registro.

2. Deterioro de activos: Proyectos de I+D no rentables

Igualmente, la Compañía decidió paralizar dos proyectos de Investigación y Desarrollo que se consideraron de riesgo a corto plazo.

- a. Proyecto Framework: proyecto de I+D que pretendía aportar valor y diferenciación a la colección de gafas de receta y de sol de la marca propia Indo, dándoles a las gafas una utilidad adicional, aprovechando su posición privilegiada en la cara de las personas. En este sentido, se pretendía incorporar a la montura elementos como una linterna, un bluetooth o un dispositivo anti-sueño.

- b. Proyecto Premium: proyecto de I+D consistente en un biseladora de alto rendimiento, de prestaciones muy sofisticadas y enfocada a un segmento muy pequeño del mercado.

Este abandono de proyectos conllevó un ajuste de los gastos de I+D capitalizados en ejercicios anteriores, que alcanzaron la suma de 0,75 millones de euros.

Gastos financieros

En el ejercicio 2007, Indo registró unos gastos financieros de 6,19 millones de euros frente a los 4,8 millones de euros registrados en 2006 y los 2,9 millones de euros en 2005. Este incremento se debe al mayor endeudamiento de la Compañía (3,5 millones de euros) y a la subida de los tipos de interés.

Los ingresos financieros en 2007 ascendieron a 2,7 millones de euros frente a los 1,2 millones de euros de 2006 y los 1,3 millones de euros de 2005. Este incremento en el ejercicio 2007 (127%) se debe, principalmente, al buen comportamiento de las divisas.

El resultado financiero neto en 2007 ascendió a -3,46 millones de euros frente a los -3,67 millones de euros registrados en 2006 y los -1,6 millones de euros en 2005.

Beneficio antes de impuestos procedentes de las actividades ordinarias – BAI

El BAI en 2007 se situó en -9,6 millones de euros, principalmente como consecuencia de la reducción de las ventas y los resultados extraordinarios de la reestructuración. En 2006, el BAI se situó en 0,45 millones de euros y en 2005 en 5,5 millones de euros.

Beneficio consolidado neto procedente de operaciones continuadas

El beneficio consolidado neto de la Compañía se situó en 2007 en -11,1 millones de euros, como consecuencia de los factores anteriormente explicados.

A pesar de haber registrado un beneficio antes de impuestos negativo de 9,6 millones de euros, la Compañía tuvo que pagar impuestos por importe de 1,3 millones de euros.

La Compañía no ha contabilizado el crédito fiscal derivado de las pérdidas obtenidas en el ejercicio 2007, ya que existen créditos fiscales pendientes de activar, cuya recuperabilidad no se estima, por prudencia, a corto plazo. A 31 de Diciembre de 2007, los créditos fiscales pendientes de ser activados ascendieron a 6,7 millones de euros (51,33% del total de crédito fiscal).

Indo ha preparado un plan de negocio para cada una de las sociedades para evaluar la recuperabilidad de todas las actividades realizadas.

d) Comparabilidad de la información financiera

A continuación se detallan los principales cambios en el perímetro de consolidación, que se reflejan en el inmovilizado material del Balance de Situación consolidado de Indo durante el periodo 2005-2007:

- En Enero de 2005, Indo, siendo propietaria del 25% del grupo alemán Werner Schulz GMBH & Co KG desde Febrero de 2001, adquirió la totalidad de esta empresa alemana por un importe de 2,5 millones de euros. Schulz se dedica a la fabricación y distribución de lentes oftálmicas en el mercado alemán y danés. En el ejercicio 2005, 2006 y 2007, la empresa alemana registró una cifra de negocios de 5,2, 4,3 y 3,5 millones de euros, respectivamente, y un resultado de explotación (Ebit) de -0,13, -0,34 y -0,82 millones de euros, respectivamente.
 - Con fecha 27 de Junio 2006, la Sociedad Dominante adquirió el 40% de la sociedad Vogartline España, S.A, filial española del grupo italiano De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas. Indo consolida los resultados de esta sociedad por puesta en equivalencia. En el ejercicio 2006 y 2007, Vogartline registró una cifra de negocios (100% de la cifra de negocios) de 3,4 y 5,2 millones de euros, respectivamente. La aportación de resultados por puesta en equivalencia de Vogartline en el Grupo Indo ascendió a -164 miles de euros a cierre del ejercicio 2007 y a -32 miles de euros en el ejercicio 2006.
 - En el ejercicio 2007, el Grupo Indo decidió modificar la contabilización de los gastos comerciales incurridos en colaboraciones con asociaciones de ópticas y grupos de compra y contabilización de los accionistas minoritarios de Indelor Lens Thailand Co. Ltd. Para mayor detalle, ver apartado 20.1 "Cambios en las políticas contables".
- e) declaración que muestre todos los cambios en el neto patrimonial o los cambios en el neto patrimonial que no procedan de operaciones de capital con propietarios y distribuciones a propietarios;**

El patrimonio neto de Indo pasó de 50,3 millones de euros en el 2005 a 39,5 millones de euros en el 2007, debido a las pérdidas registradas en 2007 de 11,1 millones de euros. Este resultado fue consecuencia del proceso de reestructuración realizado por la Compañía en este ejercicio, que supuso la contabilización de importantes gastos extraordinarios y la bajada de la cifra de negocios en un 4,5%. Para mayor detalle, ver apartados 9.2, 10.1 y 20.1 del presente Documento.

Durante el periodo de la información financiera histórica, Indo no ha realizado ninguna ampliación de capital.

- f) estado de flujos de efectivo;**

Estado Financieros Consolidado de Flujos de Efectivo correspondientes a los ejercicios anuales terminados a 31 de diciembre de 2005, 2006 y 2007 (NIIF)

(miles de euros)	2007	2006	2005
Flujos de efectivo de las actividades ordinarias			
Beneficio de las actividades ordinarias antes de impuestos	(9.736)	412	5.714
Resultado atribuido a intereses minoritarios	60	34	69
Ajustes de las partidas que no implican movimientos ordinarios de tesorería:			
Amortizaciones	5.328	5.619	4.893
Resultado por deterioro o baja de activos	3.320	32	53
Resultado por deterioro de activos	748	-	-
Resultado de las sociedades por puesta en equivalencia	132	32	50
Variación de provisiones activo no corriente	-	-	5
Dotación a las provisiones no corrientes	38	219	1.745
Ajustes a los beneficios ordinarios:			
Resultados de la venta de inmovilizado	(18)	(2.225)	(15.355)
Costes de reestructuración	2.413	4.477	9.069
Beneficios ordinarios antes de cambios de fondo de maniobra (I)	2.285	8.600	6.243
Ajustes de las variaciones al capital circulante:			
Variación en deudores comerciales y otros	5.526	(2.853)	(3.909)
Variación de existencias	(698)	(104)	(464)
Variación de otros pasivos corrientes	(3.037)	(8.667)	1.831
Efectivo generado por las operaciones (II)	1.791	(11.624)	(2.542)
Flujo de efectivo por impuestos (III)	(944)	(242)	(276)
Flujos netos de efectivo obtenidos de actividades ordinarias (A)=(I)+(II)+(III)	3.132	(3.266)	3.425
Flujos de efectivo por actividades de inversión			
Adquisición de activos intangibles	(564)	(885)	(730)
Adquisición de inmovilizado material	(6.951)	(7.172)	(10.160)
Adquisición de otros activos	(1.205)	-	-
Adquisición de participaciones (Fondo de Comercio)	-	(470)	(2.644)
Créditos otorgados a clientes	(2.894)	(4.809)	(6.532)
Cobro de créditos otorgados a clientes	1.092	2.231	4.113
Devolución depósitos y fianzas	121	-	-
Cobro por ventas de inmuebles para arrendamiento y otro inmov. material	4.858	2.250	9.477
Cobro por venta de acciones propias	-	1.486	-
Variación del perímetro	(492)	366	(112)
Cancelación provisiones no corrientes	-	(360)	-
Flujos netos de efectivo usados en actividades de inversión (B)	(6.035)	(7.363)	(6.588)
Flujos de efectivo por actividades de financiación			
Obtención de nueva financiación con entidades de crédito a largo plazo	11.810	13.895	14.265
Obtención de nueva financiación con entidades de crédito a corto plazo	4.675	-	-
Amortización y trasposos a corto plazo de deudas con entidades de crédito a largo plazo	(12.978)	(3.938)	(11.466)
Variación de otros pasivos no corrientes y provisiones no corrientes	(75)	247	(291)
Dividendos	(223)	(1.446)	(891)
Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiación (C)	3.209	8.758	1.617
Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalente	(211)	(124)	(604)
Variación neta de efectivo y demás medios equivalentes al efectivo (A+B+C)	95	(1.995)	(2.150)
Efectivo y equivalentes al efectivo en el principio del periodo	2.293	4.288	6.438
+ Efectivo y demás medio equivalentes al final del periodo	2.388	2.293	4.288

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Cuentas Anuales Consolidadas Reexpresadas 2005 y 2006

g) políticas contables utilizadas y notas explicativas.

Las cuentas anuales consolidadas adjuntas se han preparado a partir de los estados financieros de Indo Internacional, S.A. y de sus sociedades dependientes, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea para los ejercicios 2005, 2006 y 2007.

La información financiera del apartado 20.1 "Estados financieros consolidados oficiales" está contenida en las Cuentas Anuales Consolidadas y Auditadas. La información financiera 2006 y 2007 de los apartados 20.1 a), c) y f) está contenida en las Cuentas Anuales Consolidadas y Auditadas 2007 junto con la columna del ejercicio 2006 reexpresada, mientras que la información financiera del ejercicio 2005 de los apartados 20.1 a), c) y f) ha sido reexpresada bajo los mismos criterios contables habiendo sido utilizada como balance de apertura del ejercicio 2006.

20.2. Información financiera pro-forma

En el caso de un cambio bruto significativo, una descripción de cómo la operación podría haber afectado a los activos y pasivos y las ganancias del emisor, en caso de que se hubiera emprendido al inicio del período objeto de la información o en la fecha especificada.

Normalmente, este requisito se satisfará mediante la inclusión de información financiera pro-forma. Esta información financiera pro-forma debe presentarse tal como prevé el anexo II e incluir la información indicada en el mismo.

La información financiera pro-forma debe ir acompañada de un informe elaborado por contables o auditores independientes.

No procede.

20.3. Estados financieros

Si el emisor prepara estados financieros anuales consolidados y también propios, el documento de registro deberá incluir por lo menos los estados financieros anuales consolidados.

Véase apartado 20.1.

20.4 Auditoría de la información financiera histórica anual

20.4.1. Declaración de que se ha auditado la información financiera histórica. Si los informes de auditoría sobre la información financiera histórica han sido rechazados por los auditores legales o si contienen calificaciones o negaciones, se reproducirán íntegramente el rechazo o las calificaciones o negaciones, explicando los motivos.

Según se describe en el apartado 2.1, Deloitte ha auditado las cuentas anuales individuales y consolidadas correspondientes a los ejercicios cerrados el 31 de Diciembre de 2005, 2006 y 2007.

Los informes de auditoría de las cuentas individuales y consolidadas de los ejercicios 2005, 2006 y 2007 contienen una opinión favorable y sin salvedades.

20.4.2. Una indicación de otra información en el documento de registro que haya sido auditada por los auditores.

No procede.

20.4.3. Cuando los datos financieros del documento de registro no se hayan extraído de los estados financieros auditados del emisor, éste debe declarar la fuente de los datos y declarar que los datos no han sido auditados.

No procede.

20.5. Edad de la información financiera más reciente

20.5.1. El último año de información financiera auditada no puede preceder en más de:

- a) 18 meses a la fecha del documento de registro si el emisor incluye en dicho documento estados financieros intermedios auditados;
- b) 15 meses a la fecha del documento de registro si en dicho documento el emisor incluye estados financieros intermedios no auditados

El último ejercicio cerrado al que corresponde la información financiera auditada es el ejercicio cerrado a 31 de Diciembre de 2007.

20.6. Información intermedia y demás información financiera

20.6.1. Si el emisor ha venido publicando información financiera trimestral o semestral desde la fecha de sus últimos estados financieros auditados, éstos deben incluirse en el documento de registro. Si la información financiera trimestral o semestral ha sido revisada o auditada, debe también incluirse el informe de auditoría o de revisión. Si la información financiera trimestral o semestral no ha sido auditada o no se ha revisado, debe declararse este extremo.

Se presenta a continuación el Balance de Situación Consolidado a 31 de Marzo de 2008 y a 31 de Diciembre de 2007.

Balance de Situación Consolidado

Datos financieros (miles de euros)	mar-08	dic-07	%var.
Activo no corriente	54.580	70.226	(22,3%)
Activo corriente	81.870	77.412	5,8%
Total Activo	136.450	147.638	(7,6%)
Patrimonio Neto	39.662	39.555	0,3%
Pasivos no corrientes	21.140	32.722	(35,4%)
Pasivos corrientes	75.648	75.361	0,4%
Total Pasivo	136.450	147.638	(7,6%)

Fuente: Estados Financieros Consolidados Intermedios a 31 de Marzo 2008 y Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007

Ratios

Fondo Maniobra neto ⁽¹⁾	6.222	2.051
Endeudamiento financiero bruto ⁽²⁾	58.903	57.926
Endeudamiento financiero neto ⁽³⁾	55.737	54.366
Endeudamiento financiero bruto/Ebitda ⁽⁴⁾	27,90	7,48
End. financiero corto plazo /End. financiero bruto	70,21%	64,99%
Endeudamiento financiero bruto/Total Pasivo	43,17%	39,24%

(1) Calculado como activos corrientes menos pasivos corrientes

(2) No incluye el arrendamiento financiero del edificio de Sant Cugat (Barcelona)

(3) Deuda Financiera Bruta menos Inversiones financieras temporales, efectivo y medios

(4) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos

Con posterioridad al cierre del ejercicio 2007, la Compañía firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra, venta de instalaciones y posterior arrendamiento de la sede central de la empresa en Sant Cugat por un importe total de 16,7 millones de euros (importe que incluye principalmente el precio pagado al antiguo propietario y las inversiones en mejora de las instalaciones, entre otros conceptos). Dicha transacción supuso una reducción del activo material neto en 11,3 millones de euros y una reducción del endeudamiento asociado al valor de la opción de compra de 9,5 millones de euros, que se encuentra reportado en los epígrafes "otros pasivos corrientes" y "otros pasivos no corrientes", así como el cobro de 6 millones de euros por la venta de las instalaciones (principalmente obras de mejora realizadas en el edificio).

Se presenta a continuación la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada a 31 de Marzo de 2008 y a 31 de Marzo de 2007.

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Datos financieros (miles de euros)	mar-08	mar-07	%var.
Importe Cifra de Negocios	33.001	38.511	(14,3%)
Variación existencias	(164)	622	(126,4%)
Otros ingresos	1.146	1.471	(22,1%)
Total Ingresos	33.983	40.604	(16,3%)
Margen Bruto ⁽¹⁾	24.297	27.157	(10,5%)
% sobre Total Ingresos	71,50%	66,88%	
Ebitda ⁽²⁾	2.111	2.992	(29,4%)
% sobre Total Ingresos	6,21%	7,37%	
Ebit ⁽³⁾	865	1.629	(46,9%)
% sobre Total Ingresos	2,55%	4,01%	
Resultado Neto operaciones continuadas	21	540	(96,1%)
% sobre Total Ingresos	0,1%	1,3%	
Resultado Neto atrib. Soc. Dominante	46	524	(91,2%)
% sobre Total Ingresos	0,1%	1,3%	
Fuente: Estados Financieros Consolidados Intermedios a 31 de Marzo 2008 y a 31 de Marzo 2007			
(1) Calculado como Total Ingresos menos aprovisionamientos			
(2) Beneficio antes de amortizaciones, resultado financiero e impuestos			
(3) Beneficio antes de resultado financiero e impuestos			
Precio acción	4,34	9,97	(56,47%)
Plantilla	1.701	1.735	(1,96%)

Durante el primer trimestre del ejercicio 2008, la cifra de negocios de Indo experimentó un descenso del 14,3% respecto el mismo trimestre del año anterior, pasando de 38,5 millones de euros en Marzo de 2007 a 33 millones de euros en Marzo de 2008. Este descenso se debió a la combinación de diversos factores:

1. La competencia asiática en productos de bajo valor añadido a precios muy competitivos que afectó la base del negocio de lentes monofocales en España, así como el negocio de monturas y gafas de sol.
2. La desaceleración del consumo registrado en el mercado español.
3. Las vacaciones de Semana Santa de 2008 se situaron en Marzo frente a las del año 2007 que se situaron en Abril. Este hecho influyó de forma negativa en el importe de la cifra de negocios, ya que el número de días de facturación registrados en el primer trimestre de 2008 fue inferior al registrado en el primer trimestre de 2007.
4. El abandono del mercado de lentes alemán y americano que se tradujo en un importe menor de la cifra de negocios de 363,7 miles de euros respecto al primer trimestre de 2007.

5. La pérdida de la distribución de Lacoste por parte del grupo francés L'Amey supuso una cifra de negocios inferior en 359,7 miles de euros al primer trimestre de 2007.

A pesar de la caída en la cifra de negocios, el porcentaje de margen bruto sobre el total de ingresos mejoró considerablemente pasando de 66,9% en Marzo de 2007 a 71,5% en Marzo de 2008. Este incremento del margen refleja la mejora del mix de productos, mercados y clientes, fruto del programa de focalización en actividades que aporten valor a la Compañía. Asimismo, la mejora del margen se explica por la reducción de costes de aprovisionamientos gracias a la optimización de las fuentes de aprovisionamientos (mejora de las condiciones comerciales con los proveedores) y a la evolución favorable de las divisas.

El resultado de explotación (Ebit) de Indo presentó durante el primer trimestre del ejercicio 2008 un descenso del 46,9% respecto el primer trimestre del ejercicio 2007, debido al descenso de las ventas que no pudo ser compensado por el incremento del margen y la contención de los gastos de explotación de la Compañía. El primer trimestre de 2008 presentó una reducción de los gastos de explotación (personal, otros gastos de explotación y amortizaciones) de 2,1 millones de euros respecto el primer trimestre de 2007.

El resultado neto a 31 de Marzo de 2008 ascendió a 0,046 millones de euros respecto a los 0,52 millones de euros registrado en Marzo de 2007 (-91,2%), como consecuencia de los factores anteriormente explicados.

La cifra de negocios acumulada a Abril de 2008 ascendió a 44,23 millones de euros frente a los 50,55 millones de euros en Abril de 2007 (-12,5%).

20.6.2. Si la fecha del documento de registro es más de nueve meses posterior al fin del último ejercicio auditado, debería contener información financiera intermedia que abarque por lo menos los primeros seis meses del ejercicio y que puede no estar auditada (en cuyo caso debe declararse este extremo).

La información financiera intermedia debe incluir estados comparativos del mismo período del ejercicio anterior, salvo que el requisito de información comparativa del balance pueda satisfacerse presentando el balance final del año.

No procede.

20.7. Política de dividendos

Descripción de la política del emisor sobre el reparto de dividendos y cualquier restricción al respecto.

En el ejercicio 2007, Indo presentó unas pérdidas de 11,1 millones de euros por lo que la Compañía no ha repartido ni repartirá dividendos con cargo a este ejercicio.

Indo no prevé distribuir dividendos a medio plazo debido al plan de focalización de productos, mercados y clientes que decidió iniciar en el ejercicio 2007 y que prevé llevar

a cabo durante los próximos años. Para mayor detalle sobre el plan de focalización de Indo, ver apartado 6.1.1 del presente Documento de Registro.

Una vez se alcancen los niveles de crecimiento previstos y un resultado neto del ejercicio positivo, se podrá distribuir dividendos en la medida en que los excedentes de tesorería, descontadas las inversiones y el servicio de la deuda, así lo permitan.

20.7.1. Importe de los dividendos por acción por cada ejercicio para el período cubierto por la información financiera histórica, ajustada si ha cambiado el número de acciones del emisor, para que así sea comparable.

El 15 de Diciembre de 2005, se hizo efectivo un dividendo a cuenta del beneficio de la Sociedad Dominante del ejercicio 2005 de 0,05 euros brutos por acción, cuyo importe ascendió a 0,556 millones de euros. Asimismo, con fecha 20 de Junio de 2006, la Junta General Ordinaria de Accionistas aprobó la distribución de un dividendo complementario de 0,05 euros brutos por acción, cuyo importe ascendió a 0,556 millones de euros, distribuyéndose, por tanto, un dividendo total de 1,1 millones de euros con cargo a los resultados de 2005.

El 14 de Diciembre de 2006, se hizo efectivo un dividendo a cuenta del beneficio de la Sociedad Dominante del ejercicio 2006 de 0,08 euros brutos por acción, cuyo importe ascendió a 0,89 millones de euros. Adicionalmente, con fecha 12 de Julio de 2007, se hizo efectivo un dividendo complementario a cuenta del beneficio de la Sociedad Dominante del ejercicio 2006 de 0,02 euros brutos por acción, cuyo importe ascendió a 0,223 millones de euros, distribuyéndose, por tanto, un dividendo total de 1,1 millones de euros con cargo a los resultados de 2006.

La Compañía no ha repartido ni prevé repartir ningún dividendo a cuenta del beneficio de la Sociedad Dominante del ejercicio 2007.

La tabla siguiente recoge la evolución del beneficio por acción, dividendo por acción y otra serie de variables financieras de los tres últimos años.

Beneficio y dividendo	2007	2006	2005
Resultado del ejercicio (miles de €)	(11.134)	706	7.399
Capital Social (miles de euros)	11.130	11.130	11.130
Patrimonio neto (miles de euros)	39.555	51.074	50.336
Número de acciones (miles)	11.130	11.130	11.130
Valor teórico contable por acción	3,55	4,59	4,52
Resultado por acción (euros)	(1,00)	0,06	0,66
Dividendo por acción (euros)	0,00	0,10	0,10
% Payout ⁽²⁾	0,0%	157,6%	15,0%

(1) Patrimonio neto entre el número de acciones

(2) Dividendo por acción entre el Resultado por acción

Fuente: Cuentas Anuales Consolidadas Auditadas 2007 y Reexpresadas 2005 y 2006

Nota: A nivel individual, el Resultado del ejercicio 2006 fue de 1.841 miles de euros, por lo que el payout a nivel individual en 2006 fue del 60,5 %.

20.8. Procedimientos judiciales y de arbitraje

Información sobre cualquier procedimiento gubernamental, legal o de arbitraje (incluidos los procedimientos que estén pendientes o aquellos que el emisor tenga conocimiento que le afectan), durante un período que cubra por lo menos los 12 meses anteriores, que puedan tener o hayan tenido en el pasado reciente, efectos significativos en el emisor y/o la posición o rentabilidad financiera del grupo, o proporcionar la oportuna declaración negativa.

No existe ningún litigio que se prevea pueda tener una incidencia relevante en la situación financiera o patrimonial de Indo Internacional, S.A. o de las filiales del grupo actualmente o en el futuro. Tampoco espera contingencias de ningún tipo que pudiesen afectar a las cuentas anuales cerradas a 31 de Diciembre de 2007.

20.9. Cambios significativos en la posición financiera o comercial del emisor

Descripción de todo cambio significativo en la posición financiera o comercial del grupo que se haya producido desde el fin de último período financiero del que se haya publicado información financiera auditada o información financiera intermedia, o proporcionar la oportuna declaración negativa.

A continuación se detallan los cambios más significativos en la posición financiera de la Compañía, posteriores al cierre del ejercicio 2007.

- La Compañía firmó un acuerdo de cesión de la opción de compra, venta de instalaciones y posterior arrendamiento de la sede central de la empresa en Sant Cugat por un importe total de 16,7 millones de euros. Dicha transacción supone una reducción del activo material de 11,3 millones de euros y una reducción del endeudamiento de 9,5 millones de euros asociado al valor de la opción de compra, así como el cobro de 6 millones de euros por la venta de las instalaciones (principalmente obras de mejora realizadas en el edificio).
- La Compañía canceló el crédito con el Santander Central Hispano, concedido como anticipo del cobro de la venta de Sant Cugat, por importe de 3 millones de euros.
- El endeudamiento financiero neto de Indo (sin incluir el arrendamiento financiero de Sant Cugat) pasó de 54,366 millones de euros a 31 de Diciembre de 2007 a 55,737 millones de euros a 31 de Marzo de 2008.

Se detallan a continuación los cambios más significativos en la posición comercial de Indo:

- En Mayo de 2007, la firma Custo Barcelona anunció el próximo lanzamiento de una línea de accesorios, que estarán disponibles a partir de Septiembre de 2008. Indo fue nombrada licenciataria para fabricar y distribuir las gafas de la firma en todo el mundo. Al tratarse Custo Barcelona de una marca con un elevado posicionamiento en el mercado, se esperan unas ventas significativas, previéndose

una facturación aproximada de 5,8 millones de euros en los 16 primeros meses (Septiembre 2008 – Diciembre 2009).

En Febrero de 2008, Indo anunció que distribuirá en exclusiva la nueva línea de monturas de Levi's en España y Portugal. Asimismo, anunció que empezará a distribuir en Abril de 2008 la marca Police en el mercado español, a través de Vogartline España S.A.

- Siguiendo el plan de concentración de las operaciones de la Compañía en aquellos mercados que aportan crecimiento y valor, en el ejercicio 2007, Indo decidió abandonar el mercado de lentes alemán y americano y analizar alternativas estratégicas para el negocio de lentes en Italia, ya que las operaciones no alcanzaron una dimensión suficiente como para hacerlas rentables. En el ejercicio 2007, la cifra de negocios agregada de las tres filiales ascendió a 6,26 millones de euros y el resultado de explotación (Ebit) agregado registró unas pérdidas de 1,66 millones de euros.
- A principios de año 2008, Indo presentó en ExpoOptica lo último en instrumentos de óptica, donde destaca especialmente el Center, un equipo para determinar, de forma automática y en 3D, los parámetros para el montaje de lentes oftálmicas a la montura. Las ventas de las primeras unidades se prevén para el mes de Junio de 2008.

21. INFORMACIÓN ADICIONAL

21.1. Capital social

La siguiente información a partir de la fecha del balance más reciente incluido en la información financiera histórica:

21.1.1. Importe del capital emitido, y para cada clase de capital social:

- (a) número de acciones autorizadas;
- (b) número de acciones emitidas e íntegramente desembolsadas y las emitidas pero no desembolsada íntegramente;
- (c) valor nominal por acción, o que las acciones no tienen ningún valor nominal; y
- (d) una conciliación del número de acciones en circulación al principio y al final del año.

Si se paga más del 10% del capital con activos distintos del efectivo dentro del período cubierto por la información financiera histórica, debe declararse este hecho.

El capital social actual de Indo Internacional, S.A. es de 11.130.000 euros, representado mediante 11.130.000 acciones ordinarias de un euro (1€) de valor nominal cada una de ellas, totalmente suscritas y desembolsadas y numeradas de la 1 a la 11.130.000, ambas inclusive.

21.1.2. Si hay acciones que no representan capital, se declarará el número y las principales características de esas acciones.

No existen acciones que no representen el capital.

21.1.3. Número, valor contable y valor nominal de las acciones del emisor en poder o en nombre del propio emisor o de sus filiales.

Según el Contrato de Liquidez que Indo suscribió con RIVA Y GARCIA-1877, S.V., S.A. y cuya entrada en vigor tuvo lugar el 3 de marzo de 2008, teniendo un periodo de vigencia de 12 meses desde dicha fecha y siendo prorrogable tácitamente, la Compañía ha aportado 200.000 euros a dicho Intermediario Financiero para que éste opere por cuenta de la Sociedad, comprando o vendiendo acciones propias de esta última, con el único objetivo de favorecer la liquidez y regularidad de su cotización, dentro de los límites establecidos en la autorización otorgada con tal propósito a Indo por su Junta General de Accionistas. Hay que destacar que en aplicación del Contrato, el Intermediario Financiero llevará a cabo las citadas operaciones de compra y venta de acciones con total independencia del Emisor, absteniéndose ambos de solicitar o dar, respectivamente, ningún tipo de instrucción al respecto.

El mencionado Contrato se acoge al régimen de la Circular 3/2007, de 19 de diciembre, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre los Contratos de Liquidez a los efectos de su aceptación como práctica de mercado.

A fecha 20 de Mayo de 2008, Indo ostenta 34.063 acciones en autocartera (representativas de un 0,306% del capital social de la Compañía), a través del Contrato de Liquidez comentado.

21.1.4. Importe de todo valor convertible, valor canjeable o valor con garantías, indicando las condiciones y los procedimientos que rigen su conversión, canje o suscripción.

Indo Internacional, S.A. no tiene emitidos ningún valor convertible, canjeable o con garantías.

21.1.5. Información y condiciones de cualquier derecho de adquisición y/o obligaciones con respecto al capital autorizado pero no emitido o sobre la decisión de aumentar el capital.

De acuerdo con lo dispuesto en el anuncio de convocatoria de la Junta General Ordinaria de Indo a celebrar en primer convocatoria el 16 de Junio de 2008 y demás información puesta a disposición de los accionistas, la Compañía tiene intención en la citada Junta de:

- Aumentar el capital social en la cantidad de 11.130.000 euros, mediante la creación y puesta en circulación de 11.130.000 acciones ordinarias, lo que supone un incremento en el capital social de un 100% de la Compañía, que se integrarán en la misma serie que la existente, de valor nominal 1 euro cada una de ellas, y delegar en el Consejo de Administración la ejecución del acuerdo de ampliación de capital de conformidad con lo establecido en el artículo 153 1. a) de la Ley de Sociedades Anónimas.

La emisión se realizará con una prima de 50 céntimos de euro por cada acción, de forma que los suscriptores deberán desembolsar la cantidad de 1,50 Euros por cada acción que suscriban, de cuya suma 1 euro corresponderá al valor nominal y

50 céntimos de Euro a la prima de emisión. El desembolso total, que incluye el nominal y la prima de emisión, será de 16.695.000 euros.

A fecha 20 de Mayo, la cotización de Indo fue de 3,38€ por acción por lo que el descuento del precio de emisión respecto a la cotización del 20 de Mayo fue de 55,62% y el descuento del precio de emisión respecto al precio post-ampliación (2,44€) fue de 38,52%.

El promedio de cotización durante el primer cuatrimestre de 2008 fue de 4,24€ por acción, por lo que el descuento del precio de emisión respecto a dicho promedio de cotización fue de 64,62% y el descuento del precio de emisión respecto al precio post-ampliación (2,87€) fue de 47,74%.

- Dejar sin efecto, la autorización concedida por la Junta General Ordinaria de 20 de Junio de 2006, para aumentar, en una o varias veces, con prima de emisión o sin ella, el capital social hasta el 50% de éste.
- Conceder una nueva autorización al Consejo de Administración para aumentar el capital social, que efectivamente resulte fijado tras la operación de aumento de capital establecida en el primer punto, en una o varias veces, con prima de emisión o sin ella, y sin necesidad de convocar para tal efecto a la Junta General, durante el plazo máximo de cinco años a contar desde la fecha de la Junta General, pudiendo en cada ocasión adaptar el artículo 5 de los Estatutos sociales al aumento de capital decidido.

21.1.6. Información sobre cualquier capital de cualquier miembro del grupo que esté bajo opción o que se haya acordado condicional o incondicionalmente someter a opción y detalles de esas opciones, incluidas las personas a las que se dirigen esas opciones.

A 31 de Diciembre de 2007, Indo cuenta con los siguientes contratos de opción de compra (inversiones no en firme) y ha concedido las siguientes opciones de venta a terceros (inversiones en firme si la otra parte ejerce la opción):

- o Opción de venta del 43,2% Indelor Lens Thailand a favor de los accionistas minoritarios y opción de compra del 43,2% de Indelor Lens Thailand a favor de Indo Internacional, S.A.

Indelor Lens Thailand es una filial tailandesa dedicada a la fabricación seriada de lentes oftálmicas orgánicas para dar servicio al mercado mundial. Fue constituida por Indo en 2004 con un capital inicial de 185 millones de Baths (3,97 millones de euros). Posteriormente, se vendió el 21,6% a Invercat y el 21,6% a Cofides. El precio de entrada de ambos inversores en el capital de Indo, fue de 893.066 euros en 2004. A fecha de registro del presente Documento, Indo Internacional posee el 56,8% de esta sociedad.

Existe una opción de venta de Indelor Lens Thailand a favor de los accionistas minoritarios y una opción de compra a favor de Indo Internacional, S.A.

- Opción de venta por parte de Cofides sobre el 21,6% de Indelor Lens Thailand, ejercitable desde el 1 de Enero de 2008 hasta el 31 de Diciembre de 2009. El precio de la opción de venta será negociado entre las partes o será determinado por un

tercero independiente si no se llega a un acuerdo. En ningún caso, el precio podrá ser inferior al desembolso (precio de entrada de Cofides en el capital de Indelor Lens Thailand) capitalizado día a día al 4% ni superior al desembolso capitalizado día a día al 12%. A cierre del ejercicio 2007, en el caso del ejercicio de la opción de compra, el precio se hubiera situado entre 981,8 miles de euros (capitalización al 4%) y 1.174,4 miles de euros (capitalización al 12%).

- Opción de venta por parte de Invercat sobre el 21,6% de Indelor Lens Thailand, ejercitable desde el 1 de Enero de 2008 hasta el 31 de Diciembre de 2009, periodo ampliable hasta el 31 de Diciembre de 2010, siempre y cuando el Ebitda de Indelor Lens Thailand sea inferior a 132,56 millones de Bahts, lo que equivale a 3,07 millones de euros al cambio (a 31 de Diciembre de 2007 1€ equivalía a 43,24 Thai Bahts) y/o la deuda financiera neta de la empresa tailandesa sea superior a 47,8 millones de Bahts (1,11 millones de euros). El precio de la opción de venta será negociado entre las partes o será determinado por un tercero independiente si no se llega a un acuerdo. A 31 de Diciembre de 2007, el Ebitda de Indelor Lens Thailand ascendió a 1,27 millones de euros. La deuda financiera neta fue de 1,19 millones de euros. Actualmente, se entiende prolongado el periodo ejercitable de la opción de venta hasta el 31 de Diciembre de 2010.
- Opción de compra por parte de Indo Internacional, S.A., ejercitable desde el 1 de Enero de 2009 al 31 de Diciembre de 2009 en el caso de Cofides y desde el 1 de Enero de 2010 al 31 de Diciembre de 2010 en el caso de Invercat. El precio de compra será negociado entre las partes o será determinado por un tercero independiente si no se llega a un acuerdo. En cualquier caso, el precio determinado se incrementará un 10%.

Actualmente, los accionistas Cofides e Invercat se encuentran en el supuesto de ejercicio de la opción de venta sobre Indelor Lens Thailand.

- o Opción de compra del 40% de Vogartline España S.A. a favor de De Rigo y opción de compra de un 10% adicional de Vogartline España S.A. a favor de Indo.

Vogartline España es la filial española del grupo italiano De Rigo, tercer fabricante mundial de gafas. En Julio 2006, Indo y la compañía italiana firmaron un acuerdo por el cual Indo tomaba una participación del 40% en el capital de la empresa Vogartline España S.A., por un importe de 0,3 millones de euros. En el ejercicio 2007, Vogartline facturó 5,26 millones de euros, registró un resultado de explotación (Ebit) de 0,328 millones de euros negativos (100% de Vogartline) y aportó unos pérdidas de -164 miles de euros al resultado consolidado del Grupo Indo.

Actualmente existe una opción de compra a favor de De Rigo y una opción de compra a favor de Indo:

- Opción de compra del 40% de Vogartline España S.A. (actualmente en poder de Indo) a favor de De Rigo, ejercitable desde el 1 de Enero de 2009 hasta el 31 de Julio de 2009 si Vogartline no alcanza el 80% de la cifra agregada de las ventas netas (15,7 millones de euros) recogidas en el plan de negocio inicial 2006-2008 (de 1 de Julio de 2006 hasta 31 de Diciembre de 2008).

- Si la cifra de ventas netas 2006-2008 de Vogartline es igual o inferior al 70% de la cifra agregada de ventas netas (13,7 millones de euros) establecida en el plan de negocio inicial, el precio corresponderá a la parte proporcional que corresponde a las acciones de Vogartline del valor neto contable a 31 de Diciembre de 2008.
- Si la cifra de ventas netas se sitúa entre el 70% y 80% de la cifra agregada de las ventas netas del plan de negocio, el precio será de 0,250 millones de euros.

A cierre del ejercicio 2007, se ha alcanzado una cifra agregada 2006-2007 de 8,7 millones de euros (3,4 millones de euros en 2006 y 5,3 millones de euros en 2007), que representan un 74,2% de las ventas netas agregadas 2006-2007 fijadas en el contrato (11,8 millones de euros).

- Opción de compra de un 10% adicional de Vogartline España S.A. a favor de Indo, ejercitable desde el 1 de Enero de 2009 hasta el 31 de Julio de 2009 si Vogartline cumple el objetivo de venta neta durante los años 2006, 2007 y 2008. El precio de ejercicio de la opción será de 75.000 euros

En las condiciones actuales, la opción de compra del 40% de Vogartline a favor de De Rigo se encuentra en supuesto de ejercicio.

- o Opción de compra del 24% adicional de Optical Equipment Group a favor de Indo.

En Septiembre de 2004, Indo y la compañía americana Opti-Vue, Inc, firmaron un acuerdo por el cual Indo tomaba una participación del 51% de la empresa americana Optical Equipment Group, LLC, distribuidora de bienes de equipo para óptica, por importe de 2,2 millones de euros. En el ejercicio 2007, esta sociedad registró una cifra de negocio de 6,48 millones de dólares (4,07 millones de euros) y un resultado de explotación (Ebit) de 63 miles de dólares (39,6 miles de euros).

Actualmente existe una opción de compra a favor de Indo.

- Opción de compra del 24% adicional de Optical Equipment Group LLC a favor de Indo, ejercitable el 1 de Septiembre de 2009 y que deberá ser comunicada por escrito antes de 15 de Julio de 2009. El precio de ejercicio de la opción de compra se compone de una parte fija que asciende a 1,062 millones de dólares y una parte variable (2,013 millones de dólares) que depende del beneficio neto acumulado que alcance Optical Equipment Group desde el 1 de Septiembre de 2004 hasta el 31 de Diciembre de 2008.
 - Por cada dólar de más que el beneficio neto agregado supere el beneficio neto objetivo de 6,071 millones de dólares, la parte variable del precio (2,013 millones de dólares) será ajustada al alza por 0,3316 dólares, y viceversa.

En la actualidad, la Compañía estima que el precio de ejercicio de la opción de compra se situaría aproximadamente en 1,647 millones de dólares, de los cuales 1,062 millones de dólares corresponderían a la parte fija y 0,58 millones de dólares a la parte variable.

- o Opción de compra sobre el 93% de las acciones de Expansión Visual a favor de Indo.

Durante el ejercicio 2006, la Sociedad Dominante firmó un acuerdo de opción de compra sobre el 93% las acciones de una sociedad tenedora de valores llamada Expansión Visual, cuyas principales inversiones se centran en 64 establecimientos en alquiler dedicados a la venta al detalle de productos ópticos (lentes, monturas, gafas de sol y otros similares). A cierre del ejercicio 2007, la cifra de ventas agregada de estos 64 establecimientos ascendió a 23,4 millones de euros y el resultado de explotación (Ebit) a -63 miles de euros. A continuación se describen los principales aspectos de la operación:

- El precio de la compraventa al que da derecho, en su caso, el ejercicio de la opción corresponderá al valor teórico contable de la Sociedad, que a 31 de Diciembre de 2007 ascendió a 410.000 euros.
- La opción de compra es ejercitable desde el 1 de Enero de 2007 hasta el 31 de Diciembre de 2009.

Indo está analizando el interés estratégico y viabilidad de ejercer la opción de compra, si bien, en la actualidad, la Compañía no tiene la intención de ejercer dicha opción en el corto plazo.

Si Indo ejerciese sus opciones de compra y/o se ejerciesen las opciones de venta concedidas a terceros, existiría un compromiso de afrontar los pagos de dichas opciones.

21.1.7. Historial del capital social, resaltando la información sobre cualquier cambio durante el período cubierto por la información financiera histórica.

Desde el ejercicio 1999 y durante el periodo cubierto por la información financiera histórica no ha habido modificaciones en el capital social de la Sociedad.

21.2. Estatutos y escritura de constitución

21.2.1. Descripción de los objetivos y fines del emisor y dónde pueden encontrarse en los estatutos y escritura de constitución.

Según establece el artículo 2 de los Estatutos Sociales de Indo Internacional, S.A. constituye el objeto de la sociedad:

"... la importación, exportación, industria y comercio al por mayor y detall de artículos de óptica, fotografía y material científico y similares. Podrá también dedicarse a la compraventa de toda clase de bienes inmuebles y muebles, con excepción de aeronaves y naves, los cuales podrá explotar por si o concederlos a terceros por cualquier título, inclusive arrendamiento. Asimismo a terceros podrá: conceder préstamos, prestar toda clase de servicios y asesoramientos y ceder por cualquier régimen legal, los activos de la Sociedad, sin que pueda realizarse actividades reservadas a la Banca y Entidades de Crédito que tengan específica regulación."

Los Estatutos Sociales de Indo Internacional, S.A. pueden consultarse en el domicilio social de la Entidad, en el Registro Mercantil de Barcelona, así como en la página web de la Compañía (www.Indo.es). La escritura de constitución de la Sociedad puede consultarse en su domicilio social.

21.2.2. Breve descripción de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamento interno del emisor relativa a los miembros de los órganos administrativos, de gestión y de supervisión.

Según los Estatutos Sociales el Consejo de Administración estará compuesto por un mínimo de tres y un máximo de quince miembros, elegidos por la Junta General. El cargo de Administrador tendrá una duración de 5 años, pudiendo ser reelegido indefinidamente por iguales períodos. El número de miembros actuales del Consejo de Administración de la Sociedad es de seis (6).

Asimismo, los Estatutos Sociales establecen, entre otras, las siguientes reglas respecto del funcionamiento del Consejo:

- 1.- Salvo que la Junta General al elegirlos ya los designe con sus cargos, el Consejo de Administración designará de entre sus miembros la persona que ostente el cargo de Presidente y de Vice-Presidente, y el de Secretario si éste fuere Consejero. La designación de Secretario no Consejero corresponderá al propio Consejo, en cuyo caso tendrá voz pero no voto en las sesiones del Consejo. También podrá designarse un Vice-Secretario, que si fuere consejero podrá ser nombrado como tal por la propia Junta o en caso contrario, es decir si no fuere Consejero, será designado por el propio Consejo, teniendo tan solo voz pero no voto en las sesiones del Consejo.
- 2.- El Presidente del Consejo de Administración convocará las reuniones del Consejo y establecerá los temas que constituyan su Orden del Día, pudiendo delegar en el Secretario o cualquier otro miembro para efectuar la convocatoria.
- 3.- Quedará válidamente constituido, cuando concurren a la sesión presentes o representados, la mitad más uno de sus componentes, tomándose sus acuerdos por mayoría absoluta de votos de los consejeros concurrentes a la sesión. El Consejo de Administración podrá acordar la designación de una Comisión Ejecutiva o un Consejero Delegado, pero la delegación permanente de facultades a su favor, requerirá para su validez el voto favorable de las dos terceras partes de los componentes del Consejo y no producirá efecto alguno hasta su inscripción en el Registro Mercantil.
- 4.- La votación por escrito y sin sesión sólo será admitida cuando ningún consejero se oponga a este procedimiento.
- 5.- Si durante el plazo para el que fueron nombrados los Administradores se produjesen vacantes, el Consejo podrá designar entre los Accionistas las personas que hayan de ocuparlas hasta que se reúna la Junta General.

6.- El Consejo de Administración podrá aprobar un Reglamento para regular su propio funcionamiento y el de las Comisiones que se constituyan, que no podrá contradecir las disposiciones estatutarias y del que se dará cuenta a la Junta General. Si el Reglamento fuere objeto de modificación ulterior, se dará también cuenta de dicha modificación a la Junta General.

Por otra parte, el Reglamento del Consejo de Administración establece respecto de la composición cualitativa de dicho órgano que se procurará en todo caso que el número de Consejeros no ejecutivos o externos, sea mayoría dentro del Consejo de Administración.

A estos efectos se considerará que son ejecutivos aquellos consejeros que, bien por pertenecer a la plantilla de la Compañía, bien por tener delegadas a su favor de forma permanente facultades ejecutivas, tengan tal consideración.

Los Consejeros no ejecutivos serán dominicales, cuando actúen como tales en representación de una participación significativa en el capital social. Se considerará que una participación es significativa a estos efectos, cuando se alcance el porcentaje previsto en la Ley de Sociedades Anónimas para tener derecho a ser nombrado como Consejero, o, aun cuando no se alcance dicho porcentaje, cuando se supere el tres por ciento del capital social.

Los Consejeros externos se considerarán independientes cuando (i) no sean ni representen a accionistas que tengan derecho a ser designados como consejeros al amparo de la Ley de Sociedades Anónimas, o, aun cuando no alcancen dicho porcentaje, no sean ni representen a accionistas que superen el tres por ciento del capital social, (ii) no hayan desempeñado en los últimos dos años, puestos ejecutivos en la compañía, (iii) no tengan vínculos de parentesco con las personas mencionadas en los puntos (i) y (ii) anteriores o (iv) no tengan o hayan tenido relaciones con la Sociedad las cuales, a juicio del propio Consejo de Administración y previa aprobación por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, puedan mermar su independencia.

En lo referente a las reuniones del Consejo de Administración, su Reglamento dispone que este órgano se reunirá por lo menos seis veces al año, y quedará válidamente constituido cuando se cumplan los quórum de asistencia estatutariamente establecidos. Tomará sus acuerdos con los quórum de votación previstos en los Estatutos Sociales.

El Consejo de Administración designará de entre las personas que decida y que reúnan las condiciones legalmente establecidas, las siguientes Comisiones: el Comité de Auditoría, el de Nombramientos y Retribuciones y la Dirección de Cumplimiento Normativo.

Respecto de la condición de Consejero el Reglamento del Consejo establece que el nombramiento de Consejero recaerá en persona de reconocida solvencia y honorabilidad y deberá ser previamente aprobado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Si durante su mandato como tal, un Consejero tuviere relaciones comerciales o profesionales con la Sociedad, deberá ser informada la Comisión de Nombramientos y Retribuciones para que ésta a su vez informe al Consejo de Administración y pueda dicho

Organismo aceptar o rechazar tal situación. Si el Consejo de Administración rechazase tal situación, el Consejero deberá cesar su relación comercial o profesional con la Sociedad

Acerca de los derechos y obligaciones del Consejero, el Reglamento del Consejo dispone que los Consejeros deben desempeñar su cargo con la debida diligencia y estarán obligados a mantener confidencialidad de las informaciones relativas a la Sociedad de las que en el ejercicio de su cargo tengan conocimiento, en la medida en que tales informaciones no sean de dominio público. Mantendrán asimismo confidencialidad de los debates y sesiones del Consejo de Administración y se abstendrán en todo caso de usar la información recibida en beneficio propio o de terceros allegados.

Se abstendrán de participar en los debates y votación de aquellas cuestiones en las que pueda haber conflicto de interés ausentándose de la reunión hasta que la cuestión sometida a debate haya quedado decidida.

En su calidad de Consejeros, tendrán derecho y obligación de estar puntualmente informados de todas las cuestiones relativas a la Sociedad y de participar en todas las decisiones relevantes que afecten a la marcha de los asuntos sociales. Cada Consejero estará pues investido de las más amplias facultades para informarse sobre cualquier aspecto de la Sociedad y examinar la documentación de la misma.

Cualquier petición de información que realice el Consejero se efectuará al Presidente del Consejo de Administración quien canalizará la misma a través de la persona que designe.

Por último y respecto de la remuneración de los Consejeros, el Reglamento del Consejo regula que la retribución de dicho órgano deberá estar prevista en los Estatutos. El importe de la misma será propuesto por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones que podrá además proponer una retribución complementaria para aquellos miembros que formen partes de Comisiones. El Consejo de Administración, basándose en las propuestas recibidas al respecto por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, propondrá a su vez a la Junta General, en el marco de las disposiciones estatutarias aplicables, la retribución que proceda.

En la Memoria Anual quedará debidamente reflejada la retribución percibida por el Consejo de Administración en base a la última decisión de la Junta General.

21.2.3. Descripción de los derechos, preferencias y restricciones relativas a cada clase de las acciones existentes.

Las acciones de Indo Internacional, S.A. gozan de plenos derechos políticos y económicos. Sólo existe una clase de acciones.

21.2.4. Descripción de qué se debe hacer para cambiar los derechos de los tenedores de las acciones, indicando si las condiciones son más significativas que las que requiere la ley.

Para cambiar los derechos de los tenedores de acciones sería necesaria una modificación de los artículos de los Estatutos Sociales sin que éstos prevean para su modificación ningún requisito adicional a los que establece la LSA.

21.2.5. Descripción de las condiciones que rigen la manera de convocar las juntas generales anuales y las juntas generales extraordinarias de accionistas, incluyendo las condiciones de admisión.

Según establecen los Estatutos Sociales y el Reglamento de la Junta General de Accionistas de Indo, las condiciones que rigen la manera de convocar las Juntas Generales de Accionistas y las condiciones de admisión son las siguientes:

La Junta General Ordinaria, previamente convocada al efecto, se reunirá necesariamente dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio para censurar la gestión social, aprobar en su caso las cuentas del ejercicio anterior, y resolver sobre la aplicación de resultado, pudiendo también deliberar y decidir sobre los demás asuntos que consten en el Orden del Día. Tendrá la consideración de Junta General Extraordinaria toda aquella Junta que no sea la prevista en el párrafo anterior.

La Junta General Ordinaria o Extraordinaria, se convoca mediante anuncio publicado en el BORME y en uno de los diarios de mayor circulación de la provincia, con una antelación mínima de 1 mes por lo menos antes de la fecha fijada para su celebración. No obstante lo anterior, en los Estatutos de la Compañía se prevé que la Junta se convocará con una antelación de 15 días por lo menos antes de la fecha fijada para su celebración, salvo en los supuestos en que la Ley de Sociedades Anónimas exige una antelación superior. Este plazo de 15 días no se aplica, ya que contraviene lo dispuesto por la LSA, la cual ha sido actualizada, modificando el citado plazo, pasando de 15 días a 1 mes. En este sentido, la Compañía prevé actualizar los Estatutos adecuándolos con el contenido de la vigente LSA. El anuncio expresará la fecha de la reunión en primera convocatoria pudiendo también incluir la fecha en que si procediera, se reunirá en segunda convocatoria debiendo mediar entre la primera y la segunda un plazo de 24 horas por lo menos. No obstante lo dispuesto anteriormente, la Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta.

Las Juntas Generales serán convocadas por el Consejo de Administración por propia decisión o a petición de Accionistas que representen, como mínimo el 5% del capital social, en cuyo último caso, deberá incluirse en el Orden del Día los asuntos que hubiesen sido objeto de solicitud. La Junta General deberá ser convocada para celebrarse dentro de los siguientes treinta días a la fecha en que se haya recibido la solicitud.

El anuncio de convocatoria será publicado con la antelación legalmente establecida y en la misma fecha de su publicación o, como máximo, dentro de las 24 horas siguientes, se remitirá a la CNMV el texto de la misma, insertándose simultáneamente en la Página Web de la Sociedad el texto del anuncio.

Desde la fecha en que se publique el Anuncio de Convocatoria y hasta el momento en que se celebre la Junta General, se encontrará en el domicilio social para su examen la documentación que haya de ser objeto de examen, en los términos previstos en la vigente legislación, pudiendo los accionistas que lo deseen solicitar el envío inmediato y gratuito de la misma. Simultáneamente y durante el propio período, se publicará en la Web de la Sociedad una explicación sobre los temas que constituyen el Orden del Día, y asimismo la propuesta de acuerdos que el Consejo de Administración haya preparado para los temas que constituyan el Orden del Día.

En la página Web de la Sociedad se publicará asimismo, junto con el texto de la convocatoria, la información complementaria que en su caso fuere necesaria para que los accionistas puedan localizar sin dificultad el lugar donde se celebrará la Junta.

Para la asistencia a la Junta será necesario que el Accionista venga provisto de la correspondiente tarjeta de asistencia, informándose en la página web de la forma de obtenerla para quienes deseen hacer uso de su derecho de asistencia.

Podrán asistir a la Junta General los titulares de 100 o más acciones que, con cinco días de antelación, cuando menos, a aquel en que haya de celebrarse la Junta, las tenga inscritas en el Registro Contable correspondiente del Servicio de Compensación y Liquidación, y conserven dicho número mínimo de acciones hasta la celebración de la Junta. Los titulares de un número menor de acciones podrán agruparse hasta completar, al menos, dicho número, nombrando su representante. También tendrán derecho de asistir aquellas personas que el Presidente juzgue conveniente, si bien la Junta podrá revocar dicha autorización.

Para el caso de que el accionista no pueda asistir, se le informará del derecho que tiene de delegar su voto a favor de otro Accionista, cuya delegación deberá ser conferida por escrito y con carácter especial para cada Junta cumpliéndose, además, los requisitos legales aplicables. La simple presencia del Accionista en la Junta tendrá valor de revocación de la delegación que hubiera podido otorgar.

Tanto la delegación de voto como el ejercicio por el Accionista de tal derecho, podrá efectuarse mediante correspondencia postal, electrónica o cualquier otro medio de comunicación a distancia. Sin embargo y en aras a la seguridad del Accionista, solo se admitirán estos medios si de su propio contenido queda debidamente identificada la persona que lo envía, o si, previamente, el accionista ha notificado fehacientemente a la Sociedad su intención de ejercitar tal derecho por uno de los expresados sistemas, en cuyo caso asumirá frente a la Sociedad la responsabilidad de ello.

21.2.6. Breve descripción de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamento interno del emisor que tenga por efecto retrasar, aplazar o impedir un cambio en el control del emisor.

No existe ninguna disposición en los Estatutos de Indo Internacional, S.A. ni en ningún reglamento interno de la Compañía que tenga por efecto retrasar, aplazar o impedir un cambio en el control del emisor.

Tampoco existe ninguna disposición que limite el número de votos que puede emitir cada accionista.

21.2.7. Indicación de cualquier disposición de las cláusulas estatutarias o reglamento interno, en su caso, que rija el umbral de propiedad por encima del cual deba revelarse la propiedad del accionista.

No existe ninguna disposición en los Estatutos de Indo Internacional, S.A. ni en ningún reglamento interno de la Compañía que rija el umbral de propiedad por encima del cual deba revelarse la propiedad del accionista.

21.2.8. Descripción de las condiciones impuestas por las cláusulas estatutarias o reglamento interno que rigen los cambios en el capital, si estas condiciones son más rigurosas que las que requiere la ley.

Las condiciones establecidas por los Estatutos Sociales y por el Reglamento del Consejo de Administración son las mismas que requiere la Ley de Sociedades Anónimas.

22. CONTRATOS IMPORTANTES

Resumen de cada contrato importante, al margen de los contratos celebrados en el desarrollo corriente de la actividad empresarial, del cual es parte el emisor o cualquier miembro del grupo, celebrado durante los dos años inmediatamente anteriores a la publicación del documento de registro.

Resumen de cualquier otro contrato (que no sea un contrato celebrado en el desarrollo corriente de la actividad empresarial) celebrado por cualquier miembro del grupo que contenga una cláusula en virtud de la cual cualquier miembro del grupo tenga una obligación o un derecho que sean relevantes para el grupo hasta la fecha del documento de registro.

- Contrato con Carolina Herrera

Indo diseña, fabrica y distribuye monturas de marcas licenciadas que están sujetas a contratos que se renuevan en promedio cada 2 o 3 años. En este contexto, destaca por su relevancia en ventas, el contrato de fabricación y distribución de gafas con la marca Carolina Herrera.

En el año 2007, la cifra de negocios correspondiente a gafas Carolina Herrera ascendió a 13,27 millones de euros, un 42,5% de la cifra de negocios de la unidad de Gafas y un 9,4% de la cifra de negocios consolidada de Indo. En Febrero de 2008, Indo anunció la renovación del contrato de fabricación y distribución en exclusiva con Carolina Herrera para los próximos 3 años.

- Contrato con Nidek

En la unidad de Bienes de equipo, Indo distribuye instrumentos de la marca japonesa Nidek. En el ejercicio 2007, la cifra de negocios correspondiente a instrumentos de Nidek ascendió a 8,68 millones de euros, lo que representó un 22% de la cifra de negocios de esta unidad de Bienes de equipo y un 6,1% sobre el total de la cifra de negocios consolidada del Grupo. Indo tiene un contrato de distribución en exclusiva de instrumentos oftalmológicos con la empresa Nidek, que vence el 31 de Diciembre del 2013. Se trata de un "rolling contract", es decir, contrato renovable anualmente y de forma automática por 5 años. Si Nidek decidiera rescindir el acuerdo de distribución, el contrato seguiría teniendo validez durante un periodo de cinco años.

23. INFORMACIÓN DE TERCEROS, DECLARACIONES DE EXPERTOS Y DECLARACIONES DE INTERÉS

23.1. Cuando se incluya en el documento de registro una declaración o un informe atribuido a una persona en calidad de experto, proporcionar el nombre de dicha persona, su dirección profesional, sus calificaciones y, en su caso, cualquier interés importante que tenga en el emisor. Si el informe se presenta a petición del emisor, una declaración a ese efecto de que se incluye dicha declaración o informe, la forma y el contexto en que se incluye, con el consentimiento de la persona que haya autorizado el contenido de esa parte del documento de registro.

No se incluye en el presente Documento de Registro la declaración o informe de tercero.

23.2. En los casos en que la información proceda de un tercero, proporcionar una confirmación de que la información se ha reproducido con exactitud y que, en la medida en que el emisor tiene conocimiento de ello y puede determinar a partir de la información publicada por ese tercero, no se ha omitido ningún hecho que haría la información reproducida inexacta o engañosa. Además, el emisor debe identificar la fuente o fuentes de la información.

No resulta de aplicación.

24. DOCUMENTOS PRESENTADOS

Declaración de que, en caso necesario, pueden inspeccionarse los siguientes documentos (o copias de los mismos) durante el período de validez del documento de registro:

- (a) los estatutos y la escritura de constitución del emisor;**
- (b) todos los informes, cartas, y otros documentos, información financiera histórica, evaluaciones y declaraciones elaborados por cualquier experto a petición del emisor, que estén incluidos en parte o mencionados en el documento de registro;**
- (c) la información financiera histórica del emisor o, en el caso de un grupo, la información financiera histórica del emisor y sus filiales para cada uno de los dos ejercicios anteriores a la publicación del documento de registro.**

Indicación de dónde pueden examinarse los documentos presentados, por medios físicos o electrónicos.

Indo Internacional, S.A. declara, que, en caso necesario, pueden inspeccionarse los siguientes documentos (o copias de los mismos) durante el período de validez del presente Documento de Registro:

- (a) los estatutos y la escritura de constitución del emisor;
- (b) la información financiera histórica e intermedia del emisor y sus filiales para cada uno de los dos ejercicios anteriores a la publicación del documento de registro.

Dichos documentos están a disposición de los interesados en el domicilio social de Indo Internacional, S.A. Asimismo, los Estatutos de la Compañía pueden ser consultados en su

página web (www.Indo.es) y la información financiera histórica e intermedia está a disposición del público en la citada web de Indo, así como en la web de la CNMV (www.cnmv.es).

Por último, señalar que no hay informes, cartas, evaluaciones y declaraciones elaborados por cualquier experto a petición del emisor, que estén incluidos en parte o mencionados en el documento de registro.

25. INFORMACIÓN SOBRE CARTERAS

Información relativa a las empresas en las que el emisor posee una proporción del capital que puede tener un efecto significativo en la evaluación de sus propios activos y pasivos, posición financiera o pérdidas y beneficios.

En el apartado 7.2 se incluye la denominación, domicilio social, actividad, sociedad poseedora de la participación, porcentaje de participación y porcentaje de voto de las sociedades de Indo Internacional, S.A. Asimismo, la información sobre sus activos, pasivos, posición financiera, pérdidas o beneficios se recoge, con carácter general, dentro de las cuentas anuales de Indo Internacional, S.A. y sociedades dependientes.

Firma de la persona responsable del Documento de Registro de Acciones.

En prueba de conocimiento y conformidad con el contenido del presente Documento de Registro de Acciones firmo, en Sant Cugat del Vallès a 30 de mayo de 2008.

D. Juan Casaponsa Sitjas
Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración